

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**El desarrollo de la prensa en México: los diarios *La Jornada* y  
*La Reforma***

**Un modelo comparativo del sistema informativo durante el  
neoliberalismo**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Sergio Miguel Hernández Medina**

**Directores**

**Ana Isabel Segovia Alonso  
Luis Alejandro Nitrihual Valdebenito**

**Madrid**

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
DOCTORADO EN  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



Tesis Doctoral

**EL DESARROLLO DE LA PRENSA EN MÉXICO: LOS DIARIOS *LA JORNADA Y REFORMA***

**UN MODELO COMPARATIVO DEL SISTEMA INFORMATIVO DURANTE EL  
NEOLIBERALISMO (1994-2018)**

Memoria para optar al grado de Doctor  
Presentada por

**Sergio Miguel Hernández Medina**

Dirección

Dra. ANA ISABEL SEGOVIA ALONSO

Dr. LUIS ALEJANDRO NITRIHUAL VALDEBENITO

Madrid, 2019.



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD DE LA TESIS  
PRESENTADA PARA OBTENER EL TÍTULO DE DOCTOR**

D./Dña. SERGIO MIGUELHERNANDEZ MEDINA,  
estudiante en el Programa de Doctorado COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL RR PP,  
de la Facultad de Ciencias de la Información ☒ de la Universidad Complutense de  
Madrid, como autor/a de la tesis presentada para la obtención del título de Doctor y  
titulada:

EL DESARROLLO DE LA PRENSA EN MÉXICO: LOS DIARIOS LA JORNADA Y REFORMA  
UN MODELO COMPARATIVO DEL SISTEMA INFORMATIVO DURANTE EL NEOLIBERALISMO (1994-2018)

y dirigida por: DRA. ANA ISABEL SEGOVIA ALONSO  
DR. LUIS ALEJANDRO NITRHUAL VALDEBENITO

**DECLARO QUE:**

La tesis es una obra original que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de propiedad industrial u otros, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, en particular, la Ley de Propiedad Intelectual (R.D. legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, modificado por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia), en particular, las disposiciones referidas al derecho de cita.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.

En Madrid, a 17 ☒ de junio ☒ de 2019 ☒

Fdo.: 

Esta DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD debe ser insertada en  
la primera página de la tesis presentada para la obtención del título de Doctor.

**Para Rossy**

**Mi Mana.**

## AGRADECIMIENTOS

Esta investigación es la culminación de una etapa académica de mi vida, la cual inició en mi mente hace más de 30 años, pero que se materializó en el 2015, cuando decidí cambiar mi tiempo y espacio como profesor en la Facultad de Ciencias Sociales de Mazatlán, Sinaloa; para venir y estudiar el grado de doctor en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Así en una noche de frío invierno a finales del 2015 junto a mis sueños, fue que llegue a la ciudad de Madrid, con el recuerdo de mi familia y seres queridos que me habían despedido por el inicio de esta gran aventura, la cual me ha dado la mayor de las experiencias de mi vida. Entrar de nuevo al ambiente estudiantil en la Facultad de Ciencias de la Información fue un tanque de oxígeno que me sirvió no solo para enriquecerme académicamente, sino para conocer otros lugares de España y Europa a lo largo de casi cuatro años.

Durante todo este tiempo, coseche amistades a lo largo y ancho de la península ibérica, así como también de diferentes nacionalidades que enriquecieron este viaje a mi Ítaca. Mis nuevos compañeros de camino, serían de lugares tan diferentes que fue un crisol de visiones que redondearon mis ideas sobre el mundo, mi cultura, mis costumbres y mi patria: Rumania, Georgia, Argentina, Perú, Colombia, Irán, Corea, Chile, España, Honduras. Mi agradecimiento principal para mis directores de tesis la Dra. Ana Isabel Segovia Alonso por darme la oportunidad de ser su alumno y asesorado, además de darme su tiempo y dedicación durante estos cuatro años para poder terminar esta tesis doctoral, gracias también al Dr. Luis Alejandro Nitrihual Valdebenito, que fue un gran motivador y fuente de inspiración académica durante este proyecto. Gracias especialmente a Manoli Añoover Escudero y su familia por recibirme, así como apoyarme en todo momento y ser parte de esta etapa de mi vida, mi cariño, amor y gratitud por siempre. Gracias a mi primer amigo español, Don Juan Carlos Janariz, que tuvo a bien darme alojamiento tanto en Madrid como en Asturias, a la familia Galán que me dio alojamiento en Madrid durante mi primer año de estudios, a la familia Lafarga de Mataró, que me brindó su piso cuando realice mi estancia en Catalunya. Un agradecimiento especial al Dr. Carles Llorens por aceptarme como becario durante mi estancia académica en la Universidad Autónoma de Barcelona. Gracias también a los profesores, Miguel Ángel Sobrino y Francisco Zurian por darme las primeras muestras de confianza académica dentro de la FCI, gracias a mis

compañeras de grado Stefanie Pailahual por enseñarme la cultura Mapuche y Amelia Hulse por su alegría de vida y Nastaran Asadi por todos los momentos agradables que compartimos y que fueron parte importante de mi estancia en Madrid, durante el doctorado.

Un agradecimiento afectuoso al Don Teo y Doña Pasita que en su casa pase grandes momentos y pude probar la mejor comida asturiana en el precioso puerto de Lluarca. Gracias también a mis nuevas amistades que durante todo este tiempo me han ayudado y que sin ellos no hubiera sido posible que solventara todo tipo obstáculos, Félix Dragny, Isabel y Juanma Galán, Selene, Fanny Bosch, Cristina Martínez, Bibiana Pérez, Belén Ayuso, Jorge González y Laly Moseshvili. Esta investigación no hubiera sido posible sin el apoyo de mi *alma mater*, la Universidad Autónoma de Sinaloa, que me dio las facilidades para este postgrado al concederme los permisos institucionales; así como también las gracias especiales a Dr. Juan Ramón Valenzuela Ibarra, por su apoyo siempre brindado en ayudarme y acompañarme, gracias por su visita a Madrid y el viaje que realizamos a Melilla, Alicante y Vigo. Gracias especiales al Dr. Rigoberto Ocampo Alcántar por apoyarme en los inicios de este proyecto, así como darme el apoyo y consejos durante este proceso formativo y que desde siempre me estuvo animando a estudiar en el extranjero y que sin él, esta *Ítaca* no hubiera sido la misma.

En México quiero dar las gracias a mi familia que siempre están al pendiente de mí, a mi madre e hijos que sin ellos, hubiera sido imposible poder concluir: Hilda Payan, Consuelo Medina, Emiliano, Maykel, Michelle, Romina y Frida. Así como también a Juan Mascareño, Rigo Osuna, y mis sobrinos Roció, Renato, Leonardo, Renata, Rubí, Bedani, Carlos, y Natalia. A mis primos Carolina y Giovanni Piñón, Dulce, Diego y Juanito, a mi tía Nely por su apoyo y hospedaje cuando llegaba a la Ciudad de México cada vez que iba y venía de un continente a otro. Gracias especiales a los compañeros periodistas de los diarios *La Jornada* y *Reforma* que me brindaron su tiempo para la realización de las entrevistas que están en esta investigación, especialmente a Elizabeth Contreras, Roberto Méndez y Lucía Álvarez. También agradecer al Dr. Daniel Peña Serret y su asistente académica Andrea Navarrete por el apoyo brindado durante mi estancia en la UNAM, en la Facultad de Ciencias Sociales y Políticas. Gracias por la muestra de afecto y cariño brindado durante mi estancia en la CDMX al maestro Oswaldo Lara, por las charlas tan ricamente académicas, a la maestra

Carmen Díaz y familia por su apoyo y cariño incondicional, gracias a la maestra Eugenia Olascoaga y Hairam Torres por su amistad y apoyo moral y al Dr. Miguel Camarillo Valencia, por darme la oportunidad de cerrar y abrir círculos en mi vida, así como por su apoyo en esta etapa de mi formación doctoral. A todos ellos, les estaré eternamente agradecido por el apoyo brindado para poder terminar esta meta.

En Chile quiero dar las gracias a la Sra. Silvia y la Sra. Alicia por las atenciones brindadas a mi persona durante mi hospedaje en la Ciudad de Temuco, así como también a la Dra. Masiel Navarrete por su amistad y compañerismo durante mi estancia, de igual forma un agradecimiento especial para el Dr. Juan Manuel Fierro y la Dra. Orestes por las atenciones recibidas en la Universidad de la Frontera, a la familia del Dr. Nitrihual por invitarme a su casa para festejar su cumpleaños. A mis nuevos amigos de Valparaíso que me ofrecieron una rica velada por el puerto y Viña del Mar, Vivian, Ana María, Cecilia y Jessica, muchas gracias a todos y cada uno de ellos.

Finalmente a mis amigos tanto de la Ciudad de México, como de Mazatlán y La Reforma, los que con su contacto frecuente, llamadas y consejos pude seguir hacia adelante: Alicia Acuña, Julio Cesar Rocha, Braulia Reyes, Patricia Higuera, Eloy Valdez, Denis García, Idalia Sotelo, Jorge Velazco, Julio Osuna, Marisol Díaz, Manuel Pérez, Eduardo Mejía, Ibiza Manjarrez, Carmen Llanos, Frambel Lizárraga, Mariel Romero, Lulú Licon, Fidela Montoya, Ana Santana, Giova Camacho, Flor Guerra, Araceli Esparza, Glenn Hernández, Luis Bojórquez, Ana Palma, Wilfredo Sánchez, Hermes Cabanillas, Lilia Villaseñor, Lenin Moreno, Lorenzo Velázquez, Toribio Báez, Alberto Rioseco, Martha Lizárraga, Eduardo Hernández, Carlos Armenta, Yasser Valle, Imelda Chiquete y especialmente a Roxana Loubet por las correcciones finales a esta tesis. Gracias a todos ellos.

No puedo terminar de agradecer, sin antes mencionar que este esfuerzo, se logró gracias al estímulo de todos sobre mi persona y que en algún momento estuvieron presentes y fueron parte importante de mi vida.

Gracias totales.

En Madrid 17 de junio de 2019.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	10
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>CAPÍTULO I.- OBJETO DE ESTUDIO: PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	16
1.- Problema general de la investigación .....	16
1.2.- Justificación .....	23
1.3.- Objetivo de la investigación .....	28
1.3.1.- Objetivo general .....	29
1.3.2.- Objetivos secundarios .....	29
1.3.3.- Preguntas de la investigación .....	29
1.4.- Supuestos de la investigación .....	30
1.4.1.- Supuestos de trabajo .....	30
1.5.- Estructura de la tesis .....	30
1.5.1.- Esquema de la investigación .....	31
<b>CAPÍTULO II.- MARCO DE ANTECEDENTES: ESTADO DE LA CUESTIÓN, DESARROLLO ECONÓMICO E HISTÓRICO DE LA PRENSA EN MÉXICO, SISTEMA POLÍTICO MEXICANO Y ACTUALIDAD</b> .....	32
2.- Estado de la cuestión .....	32
2.2.- La formación de la prensa mexicana: contextualización .....	42
2.2.1.- Concentración de la propiedad en los medios de comunicación y telecomunicaciones durante el neoliberalismo en México .....	57
2.2.2.- Índices de concentración dentro de la estructura económica en los medios de comunicación en México .....	62
2.2.3.- Regulación de la concentración empresarial en México sobre los medios de comunicación: marco legal .....	69
2.2.3.1.- Legislación para prensa y medios electrónicos .....	73
A) Ley Televisa .....	77
B) Reforma a las leyes electorales .....	78
C) Ley General de Comunicación Social: “Ley Chayote” .....	79



2.3.- Sistema Político Mexicano -----	80
2.3.1.- El partido de Estado como vértice del Sistema Político Mexicano ---	81
2.3.2.- Características del presidencialismo mexicano -----	82
2.3.3.- Características de la sociedad civil en México -----	83
2.3.4.- Historia de los gobiernos por sexenio en México -----	85
2.3.4.1.- Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) -----	85
2.3.4.2.- Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) -----	87
2.3.4.3.- Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000) -----	90
2.3.4.4.- Vicente Fox Quezada (2000-2006) -----	92
2.3.4.5.- Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012) -----	93
2.3.4.6.- Enrique Peña Nieto (2012-2018) -----	94
2.4.- Contexto de medios de comunicación latinoamericanos -----	97
<b>CAPÍTULO III.- MARCO TEÓRICO: EPISTEMOLOGÍA, CONCEPTOS, ENFOQUES, TEORÍA Y SISTEMAS MEDIÁTICOS-----</b>	<b>108</b>
3.- Perspectiva epistemológica de la economía política de los medios de comunicación--	108
3.1.- El estructuralismo y la economía política de los medios de comunicación ----	111
3.2.- Aproximaciones generales de la economía política de la comunicación -----	112
3.3.- Un enfoque teórico desde la economía política de la comunicación -----	116
3.4.- Dinámicas y relaciones estructurales en los medios de comunicación desde la economía política -----	123
3.5.- Escuela latinoamericana sobre la economía política -----	130
3.6.- Estructura económica de la prensa en los sistemas mediáticos occidentales ----	134
3.6.1.- E.U.A -----	135
3.6.2.- Europa -----	138
3.7.- Tres conceptos básicos de los medios de comunicación dentro de la economía política-----	145
3.7.1.- Prensa -----	145
3.7.2.- Poder -----	151
3.7.3.- Sociedad -----	155

<b>CAPÍTULO IV.- MARCO METODOLÓGICO; CORPUS, MODELOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b> .....	159
4.- Metodología de la investigación .....	159
4.1.- Estrategia del estudio .....	159
4.2.- Modelos de análisis .....	160
4.2.1.- Modelo pluralista polarizado .....	161
4.2.2.- Modelo liberal .....	162
4.3.- Modelo de convergencia mediática para el análisis de estudio .....	163
4.3.1.- Categorías de análisis .....	165
4.3.1.1.- Paralelismo político en la prensa .....	165
4.3.1.2.- Desarrollo económico en la prensa .....	168
4.3.1.3.- Estructura y regulación legal de la prensa .....	170
4.3.1.4.- Ética profesional en la prensa .....	174
4.4.- La instrumentalización del profesionalismo en el periodismo .....	176
4.4.1.- Profesionalización y paralelismo político .....	177
4.4.2.- La profesionalidad periodística y el papel del Estado .....	179
4.5.- Técnica de recolección de datos .....	180
4.5.1.- Método de entrevistas a profundidad .....	181
4.5.1.1.- Batería de preguntas .....	182
4.5.1.2.- ¿Quiénes participan en la entrevista a profundidad? .....	182
4.5.1.3.- Trabajo de campo .....	182
4.5.1.4.- Aplicación de la entrevista a profundidad .....	183
4.5.1.5.- Análisis de la información .....	183
4.5.1.6.- Ficha de entrevista .....	183
<b>CAPÍTULO V.- TRABAJO DE CAMPO: GRÁFICAS Y CUADRO COMPARATIVO ENTRE LA JORNADA Y REFORMA</b> .....	184
5.- Trabajo de campo .....	184
5.1.- Resultados .....	184
5.2.- Información general de los entrevistados .....	184
5.2.1.-Resumen general del proceso de captura de la información .....	189

5.3.- Desarrollo económico de los medios impresos -----	189
5.4.- Estructura legal de los medios impresos -----	196
5.5.- Ética profesional de los medios impresos -----	201
5.6.- Paralelismo político de los medios impresos -----	208
5.7.- Institucionalidad e instrumentalización política de los medios impresos -----	212
5.8.- Modelo comparativo de los medios impresos: <i>La Jornada y Reforma</i> -----	219
<b>CAPÍTULO VI.- ANÁLISIS GENERAL DE LOS PERIÓDICOS <i>LA JORNADA Y REFORMA</i></b> -----	251
6.- Análisis -----	251
6.1.- Sujetos y cuestionario -----	252
6.1.1.- El desarrollo económico-político en <i>La Jornada y Reforma</i> -----	252
6.1.2.- El marco legal y sus efectos en <i>La Jornada y Reforma</i> -----	268
6.1.3.- La ética profesional en <i>La Jornada y Reforma</i> -----	282
6.1.4.- El paralelismo político en <i>La Jornada y Reforma</i> - -----	298
6.1.5.- Las Características específicas e institucionales del Estado como regulador, promotor y difusor de la prensa en México -----	311
6.2.- Análisis crítico del desarrollo de <i>La Jornada y Reforma</i> -----	325
A) La mercantilización de <i>Reforma y La Jornada</i> -----	326
B) La especialización de <i>Reforma y La Jornada</i> -----	328
C) La estructuración de <i>Reforma y La Jornada</i> -----	329
<b>CAPÍTULO VII.- CONCLUSIONES</b> -----	334
7.- Conclusiones generales-----	334
<b>8.- FUENTES DE CONSULTA</b> -----	346
<b>9.- ANEXOS</b> -----	359
9.1.- Repertorio de entrevistas y batería de preguntas -----	359
9.2.- Entrevistas -----	365
9.3.- Índice de tablas, gráficas, figuras y entrevistas-----	523

## RESUMEN

### **El desarrollo de la prensa en México: los diarios *La Jornada* y *Reforma*. Un modelo comparativo del sistema informativo durante el neoliberalismo (1994-2018)**

El presente proyecto de investigación trata sobre el desarrollo que los diarios *La Jornada* y *Reforma* tuvieron en las tres últimas décadas dentro del Sistema Político Mexicano. Encontrando a través de las cuatro variables utilizadas por Hallin y Mancini en su obra “sistemas mediáticos comparados” (2008), una visión más clara de cómo se estructuran los medios impresos (desarrollo económico, ética profesional, estructura legal y paralelismo político), lo que permitió hacer un análisis general de su evolución durante este período. La investigación se enmarca en un enfoque crítico desde la Economía Política de la Comunicación (2009), el cual describe las interacciones institucionales de las estructuras de poder que poseen los medios de comunicación, como parte del sistema político. La investigación de campo se basó en una metodología de características etnográficas para ambos diarios, así como para distinguir las relaciones que la prensa tiene en México desde la época revolucionaria hasta la actualidad.

Como objetivo principal y específico, la investigación da a conocer las características que han tenido *La Jornada* y *Reforma*, durante el llamado período neoliberal (1994-2018), a través del análisis de las cuatro variables establecidas para tal fin, describiendo para ello la estructura de relaciones institucionales y contrastando su perfil editorial entre ambos diarios desde un eje de geografía política; es decir, analizar y describir a ambos periódicos desde sus posturas ideológicas a través de cómo el Sistema Político Mexicano, los integraba al nuevo modelo económico. Desde una óptica latinoamericana y matizando la propuesta metodológica al contexto de la prensa en México a través de *La Jornada* y *Reforma*, se describen las contradicciones de pluralidad, objetividad y profesionalismo que como medios de comunicación democráticos poseen. Ambos diarios se enfrentaron cada uno desde su perfil a las nuevas exigencias que les ofreció el nuevo contexto neoliberal, en un periodo de grandes cambios sociales económicos y políticos. Sus estructuras empresariales se fueron contraponiendo a los modos y códigos no establecidos del régimen, pero que sirven para dar coerción al conjunto del sistema político.

Palabras clave: medios de comunicación, ética profesional, sistema político mexicano.

## SUMMARY

**The Development of the Written Press in Mexico:  
*La Jornada and Reforma*  
A comparative model information system during Neoliberalism (1994/2018).**

This research project deals with the development that the newspapers *La Jornada* and *Reforma* have had in the last three decades within the Mexican Political System. Finding through the four variables used by Hallin and Mancini in his work "Comparative Media Systems" (2008), a clearer vision of how print media are structured (economic development, professional ethics, legal structure and political parallelism), which allowed a general analysis of its evolution during this period. The research is part of a critical approach from the Political Economy of Communication (2009), which describes the institutional interactions of power structures that have the media, as part of the political system. The field research was based on a methodology of ethnographic characteristics for both newspapers, as well as to distinguish the relations that the press has in Mexico from the revolutionary era to the present.

As a main and specific objective, the research reveals the characteristics of *La Jornada* and *Reforma*, during the so-called neoliberal period (1994-2018), through the analysis of the four variables established for this purpose, describing the structure of institutional relations and contrasting their editorial profile between both newspapers from an axis of political geography; that is, analyze and describe both newspapers from their ideological positions through how the Mexican Political System integrated them into the new economic model. From a Latin American point of view and qualifying the methodological proposal to the context of the press in Mexico through *La Jornada and Reforma*, the contradictions of plurality, objectivity and professionalism that as democratic media have are described. Both newspapers faced each one from their profile to the new demands that the new neoliberal context offered them, in a period of great social, economic and political changes. Their business structures went against the non-established modes and codes of the regime, but they serve to coerce the entire political system.

Keywords: media, professional ethics, Mexican political system.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación teórico-metodológico, muestra un análisis comparativo de la prensa escrita en México durante el periodo: 1994-2018, específicamente en los diarios *La Jornada* y *Reforma*. La columna vertebral de la investigación parte de observaciones teóricas sobre la Economía Política de la Comunicación; como un concepto clave, enmarcado a través de un enfoque crítico con la intención de hacer “visible” lo “invisible” y entender el desarrollo que estos dos medios impresos de comunicación tuvieron durante esta etapa y su relación con las principales instituciones del Sistema Político Mexicano<sup>1</sup>

La tesis se divide en tres partes generales: **1.-** La primera parte contiene los capítulos I, II, III y IV, donde se describe el problema y objeto de estudio, marco de antecedentes, así como del estado de la cuestión, marco teórico, marco metodológico y método de investigación. **2.-** La segunda parte contiene el capítulo V, que relata al trabajo de campo y procesamiento empírico de la información, donde aparecen las gráficas y el cuadro comparativo entre los dos diarios nacionales y **3.-** La tercera y última parte contiene los capítulos VI y VII, análisis de los datos obtenidos, refutación, contrastaciones y conclusiones generales entre ambos diarios de acuerdo a las variables establecidas en la investigación.

Las primeras actividades del proyecto implican la definición, planificación y organización metodológica, es decir; la información sobre la forma de abordar el análisis del estudio, así como sus categorías principales. Posteriormente la investigación aborda el tema desde una definición teórica desde la Economía Política de la Comunicación y su interrelación funcional con el SPM. Finalmente se analiza y se concluye con el análisis del desarrollo que tuvieron los diarios *La Jornada* y *Reforma*, durante la última década del siglo XX y las dos primeras décadas del siglo XXI, donde el nuevo modelo económico *neoliberal* se manifestó con especial virulencia en los medios de comunicación escrita, todo lo anterior en el marco de uno de los fenómenos centrales de la crisis mexicana: la denominada *transición neoliberal*.

---

<sup>1</sup> De ahora en adelante SPM.

El estudio evalúa el desarrollo de estos dos diarios y su relación estructural con el SPM (paralelismo político, leyes, normas y estatutos, estructura económica empresarial y ética profesional), como piezas que se entrelazan en el modelo económico *neoliberal*, es decir; describe las magnitudes en la génesis de las complicaciones del régimen<sup>2</sup> mexicano durante esta etapa. La tesis toma como referencias históricas los cambios sexenales al período previo a la crisis (1982-1988), en el que existían posiciones ideológicas diversas sobre la naturaleza y los riesgos del cambio de modelo económico de control estatal a uno de competencia global; así como los siguientes sexenios más graves de la crisis (1994, 2000, 2006, 2012), en los que se dilucidó a fondo no solo las consecuencias del modelo *neoliberal*, sino también sus múltiples implicaciones económicas, financieras, políticas y sociales.

Además de esa dimensión temporal, la investigación también compara desde un eje de geografía política (derecha-izquierda) a los dos diarios, con el objeto de analizar en qué medida existen diferencias ideológicas significativas entre estos medios informativos en torno a las distintas variables de análisis que se aplicaron y su postura como empresas mediáticas, frente al nuevo modelo económico neoliberal establecido. Posteriormente se pasa a la integración de resultados y elaboración del informe final, en este espacio se realizó la integración de los análisis y conclusiones obtenidas en las fases precedentes. El fin es apoyar y justificar suficientemente las variables de estudio en torno a cada uno de los objetivos de la investigación, por ello se realizó un intenso

---

<sup>2</sup> Ocampo (2001), nos dice que: “En un sentido muy tradicional, un régimen político es, en sentido amplio, la forma en que está regido un Estado. Es el conjunto de instituciones, normas, doctrinas y principios que, en un “momento dado determina la vida política y social de una comunidad políticamente organizada” (Rafael Garzaro: Diccionario de política, 1977). El régimen es la estructura que regula el acceso de la sociedad a los niveles de mando político, señalando también, lineamientos al ejercicio del poder público. Esta definición, es insuficiente toda vez que el Estado ha dejado de ser definido solo por territorio y soberanía. Si el Estado, por el contrario, es entendido como un conjunto de relaciones, habría que concebir el régimen, como la manera en que se plantean las relaciones entre instituciones y sociedad. Entonces, define Guy Hermet: “El concepto de régimen se entiende como un modo de arreglo institucional del Estado --modo de derecho o de hecho, legítimo o no-- que se establece bien en una relación subordinada vis-à-vis de la sociedad (la democracia liberal). Por otro lado, Philippe Schmitter, al presentar al régimen como el segundo nivel de dominio político en la sociedad, lo define el “tipo de aparato de gobierno”, y el tercer nivel de dominio político es el gobierno, a este último lo define como “el conjunto de personas que, en un momento determinado, en su condición de presidentes, ministros o altos funcionarios, dirigen el régimen que, a su vez, rige ese Estado o controla el acceso al mismo”. A partir de estas reflexiones, entenderemos por “régimen político mexicano” al gobierno de México a saber: el Poder Ejecutivo y las instituciones que de él dependen tanto por mandato constitucional como por el establecimiento de leyes; y, por otra parte, las instituciones dependientes de los otros dos poderes, el Legislativo y el Judicial -aun cuando se expresa una supremacía del ejecutivo sobre estos últimos-, y las organizaciones sociales, dependientes, o no, de la esfera corporativa”. (p. 115).

tratamiento sobre las prolongaciones y herramientas de control social que construyó el SPM para perdurar en el poder y mantener su *statu quo*.<sup>3</sup>

A continuación se detallan los principales argumentos de cada capítulo, los cuales contienen en general, la información de esta investigación. El primer capítulo diseña el problema a investigar y los elementos principales que lo componen: el desarrollo de la prensa desde la Economía Política de la Comunicación, situándolo dentro de las investigaciones cualitativas y señalando los mecanismos, modelos y métodos que se aplicaron para su desarrollo, así como la definición de las preguntas primordiales. También contiene la presentación y justificación de la investigación de los dos diarios *La Jornada* y *Reforma*, como elementos del estudio comparativo y sus implicaciones estructurales dentro del SPM, así como un esquema que describe visualmente las líneas a seguir del proyecto planteado.

El segundo capítulo es el Estado de la Cuestión, el cual presenta un recorrido histórico de los estudios académicos sobre la prensa en México, junto a los principales elementos sistémicos que componen al SPM (Gobierno, Partidos Políticos, Sistema Presidencial y Sociedad Civil), además presenta una serie de indicadores económicos y metodológicos, que son utilizados para el análisis de la medios de comunicación escrita desde el enfoque de la Economía Política de la Comunicación. El capítulo sirve de bisagra entre los elementos metodológicos planteados al inicio de la investigación, considerando las unidades de análisis a utilizar para el tratamiento de los diarios *La Jornada* y *Reforma*, tratando de enlazar a través de un eje los cuatro pilares que basan el objetivo de la investigación, presentando una visión integral del entorno donde la diversidad mediática en la prensa escrita se desarrolló en México durante las tres últimas décadas.

El tercer capítulo, desarrolla desde un marco especulativo, el origen epistemológico de los estudios sobre la Economía Política de la Comunicación, pasando por las diferentes conceptualizaciones que hay sobre el tema, así como los enfoques teóricos que se han presentado a lo largo del siglo XX. El capítulo presenta una descripción de los modelos sistémicos de comunicación americano, europeo y

---

<sup>3</sup> Como una construcción social burguesa, que se construye desde y para el poder, con actores nacionales, como la oligarquía empresarial y actores internacionales, junto a las empresas multinacionales y poderes de facto como el capital financiero y sus constelaciones: Banco Mundial, FMI, OCDE entre otras.



latinoamericano, junto con las distintas escuelas teóricas que describen desde su postura, la importancia e influencia de los medios de comunicación en la vida y cultura general de una sociedad determinada. El cuarto capítulo, refiere la parte metodológica que describe los supuestos y los objetivos a seguir en la investigación planteada, así como los elementos de recolección de datos, universo de estudio y preguntas de las entrevistas; los capítulos posteriores sitúan la investigación en el desarrollo que los dos diarios han tenido desde la década de 1990 a la fecha, así como las relaciones institucionales con el SPM.

El quinto capítulo, establece primero una serie de gráficas referentes a la información general de los entrevistados, así como información sobre cada variable puesta en consideración y en segundo lugar un análisis comparativo entre los dos diarios con las categorías de análisis principales (económico, ético, legal y político), prestando especial interés en la relación con el Estado Mexicano en cuanto al conflicto de intereses económicos y políticos que dentro de la prensa se presenta como la financiación estatal y federal. El capítulo establece el análisis de las preguntas principales, considerando las posturas ideológicas de cada diario dentro de los modelos económicos internacionales.

El sexto y séptimo capítulos, son los análisis de las entrevistas de acuerdo a la variables consideradas, de forma que las entrevistas se van intercalando con respecto a las preguntas que corresponden a cada punto central de la investigación y las conclusiones generales, respectivamente, las cuales consideran todos los datos recogidos, junto a la información empírica adquirida. La información final solo expone una parte del sistema informativo desde la prensa escrita con los dos casos de estudio planteados, lo que permite hacer una definición con cierto matiz de prudencia general, sobre el contexto en las que se desarrollaron los medios escritos durante las primeras décadas del neoliberalismo en México. Finalmente, el estudio que aquí se ofrece es una pequeña contribución a los estudios empíricos sobre los medios de comunicación desde un enfoque distinto al común denominador, el estudio de la prensa desde la visión de la Económica Política de la Comunicación que tanta falta hace.

## **Parte I.-**

### **CAPÍTULO I**

#### **OBJETO DE ESTUDIO.**

##### **PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.- Problema general de la investigación**

Los estudios sobre Economía-Política y su relación académica con los medios de comunicación es en verdad amplio y de actualidad metodológica, según mencionan Fergurson y Golding, (2002), “en ellos existen grandes aéreas de interpretación científica, sus definiciones y análisis están basadas en una gran cantidad de variables en las cuales se consideran aspectos cuantitativos y cualitativos”(p.36); existiendo al mismo tiempo una dificultad al momento de hacer un modelo específico sin caer en generalizaciones. Lo esencial de los sistemas políticos modernos,<sup>4</sup> es la inseparabilidad y la existencia de medios de comunicación libres y autónomos como parte de los sistemas democráticos actuales, por ello los medios de comunicación son una de las actividades destinadas a proveer de información necesaria para la reproducción de los intereses de la comunidad o que concierne a ésta en su conjunto.

De acuerdo a Vincent Mosco, “la Economía Política de los Medios de Comunicación, es el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación” (Mosco, 2006, p.59). Su correlación con los sistemas mediáticos se complementan y se hace intrínseca su relación actualmente en los sistemas políticos democráticos (Hallin y Mancini, 2008, p.12). Encontrando el

---

<sup>4</sup> Según Easton (1969). “Un sistema político moderno, es la plasmación organizativa de un conjunto de interacciones que son estables a través de las cuales se ejerce la política en un contexto limitado por la población. Este sistema viene formado por agentes institucionales, organizaciones, comportamientos, creencias, normas, actitudes, ideales, valores y sus respectivas interacciones que mantienen o modifican el orden del que resulta una determinada distribución de beneficios, conllevando a distintos procesos de decisión de los actores. David Easton quería convertir la Política en una ciencia elaborando modelos abstractos que describieran las regularidades de los patrones y procesos en la vida política en general a través de la teoría de sistemas, creando un enfoque de estudio de la política como ente bio-político. El resultado de su trabajo se convierte en la primera definición del concepto efectivamente independiente del análisis jurídico y constitucional dominante antes de los años cincuenta en concordancia con la teoría organicista: Un sistema político es un conjunto de interacciones políticas. Lo que distingue las interacciones políticas del resto de interacciones sociales es que se orientan hacia la asignación autoritaria de valores a una sociedad”. (p. 224).

fundamento principal para el análisis del tema en cuestión, entre ambas posturas académicas.

Por su parte, el concepto de medio de comunicación es aquel que se utiliza para designar a todos los soportes en los cuales puede ser transmitida una idea o mensaje. Así para MacLuhan (1997), dentro de su axioma “el medio es el mensaje”, lo importante no es el contenido sino la manera en que éste es transmitido; lo que implica que los medios de comunicación no son neutrales, al determinar formas de pensar, actuar y de sentir de una sociedad. Hoy en día, sin embargo, el concepto es comúnmente relacionado con determinados soportes, más específicamente con diarios, periódicos, televisión, radio, internet o revistas<sup>5</sup>. Debemos de recordar que no sería hasta finalizado el siglo XIX, que al ampliarse la alfabetización de las sociedades a través de la educación pública, se daría un consumo mediático masificado y mayor accesibilidad a los medios escritos.

Históricamente, los medios de comunicación habían sido exclusivos y reservados siempre a las clases sociales altas que podían consumir este tipo de información. Así, es comprensible notar el crecimiento que los medios de comunicación tuvieron en el siglo XX y en la actualidad del siglo XXI, según Boni (2008), esto es debido no solo a las mejoras en la tecnología, sino especialmente al hecho de que cada vez es más la cantidad de población disponible para recibir dicha información. (p.93-95). Los medios de comunicación son tal como lo señala su nombre: un soporte sobre el cual se transmiten ideas de diversos tipos que pueden ser noticias de actualidad, mensajes publicitarios, debates ideológicos, etc. Según McLuhan (1996), “los medios transmiten un mensaje, en un lenguaje o código que debe de ser accesible al tipo de

---

<sup>5</sup> En la actualidad, los dos medios de comunicación más consumidos son sin duda alguna la televisión, el internet (la prensa en cuarto lugar en ese orden por atrás de la radio) [www.definicionabc.com/comunicacion](http://www.definicionabc.com/comunicacion). Inf loc: 27/01/2015.

Esto tiene que ver con el hecho de que los medios permiten el uso de una diversa gama de recursos audiovisuales que atraen la atención mucho más fácil del consumidor. Por otro lado, son mucho más accesibles en términos económicos. Finalmente, en el caso de internet, debemos de sumar también un detalle muy importante y significativo que es la inmediatez con la que llega el mensaje al destinatario, pudiéndose enviar un e-mail y recibirlo al instante, pudiéndose también leer noticias actualizadas al último momento en un sitio de noticias de internet o pudiéndose escuchar o conseguir material audiovisual en el instante en que es publicado por el medio de comunicación.

público al que se dirigen, razón por la cual hay diferentes lenguajes para diferentes públicos”. (p. 30-42).

Los medios de comunicación tienen hoy en día un importante rol ya que son los responsables en gran medida de moldear el pensamiento de su público y aquí habría que matizar con cuidado, ya que muchos medios de comunicación producto de intereses privados, económicos o ideológicos, “pueden enviar un mensaje errado o interesado a un público que no está acostumbrado a ser crítico sobre el mismo y/o perder su propia legitimidad ante su audiencia”. (Castells, 2009, p.36). Como diría Thompson (1998), las instituciones mediáticas se transformarían con el desarrollo de la comercialización, así como los ideales morales y políticos, sostenidos por algunos de los primeros emprendedores mediáticos, que fueron progresivamente desplazados por el criterio de la eficacia y rentabilidad económica. (p.332).

Cabe notar que este tipo de información/mensajes, es proporcionado en general por las instituciones legitimadas por el sistema (como los propios medios de comunicación); estos han alcanzado, en las sociedades modernas, un lugar protagónico en esta actividad, los medios de comunicación son resultado de la necesidad social de asegurar este tipo de información. Para ello las sociedades modernas las han institucionalizado, asignando recursos materiales y económicos, así como personal más o menos especializados para la realización de esa tarea. Por supuesto que el carácter técnico y complejo de estos sistemas de comunicación han ido evolucionando de un menor a un mayor grado de profesionalización a lo largo de la historia, hasta llegar a la comunicación de masas, que es el tipo más avanzado de estos sistemas de comunicación institucionalizados. Estos modelos de comunicación constituidos, se caracterizan principalmente porque recurren a tecnologías que permiten producir y distribuir en masa sus productos comunicativos -periódicos, noticieros, internet, etc.- y requieren según de un altísimo grado de especialización en sus agentes profesionales incorporados.

Las organizaciones que realizan esta actividad se diferencian de hecho y a veces de derecho de otras instituciones públicas como: Iglesias, Universidades, Gobierno, etc. Son empresas/fábricas mediáticas que utilizan capital privado, pero el producto elaborado y de consumo, es de uso público y de impacto social. Los medios de comunicación son: como dirían Chomsky (1990), Thompson (1993) y Habermas

(1981); respectivamente, industrias, sistemas, instituciones de producción socioculturales dentro de las sociedades modernas que buscan beneficios económicos. La relación entre estos medios y su desarrollo para generar ciudadanos emancipados, depende de su independencia, autonomía y límites socioeconómicos con el sistema político imperante. Son estas magnitudes donde la prensa “libre” contribuye a mejorar la cultura e información sobre la economía y la política de los medios de comunicación en la ciudadanía y a crear estados de opinión bien informados que puedan guiar las decisiones personales, económicas y políticas de una nación.

En este marco general, esta tesis busca analizar a los medios de comunicación escrita y su desarrollo en México desde un enfoque de Economía Política de la Comunicación. Para ello la esencia de la investigación se delimita a un estudio comparativo durante las tres últimas décadas entre dos diarios nacionales de información general<sup>6</sup>: *La Jornada* y *Reforma*. El interés es conocer las relaciones que se dieron dentro del SPM y sus límites económicos y estructurales en estos dos periódicos. Cada uno de estos diarios, posee una política editorial distinta en términos ideológicos, así como una estructura administrativa diferente: *La Jornada* fue fundada en 1984 y fue elegido para este estudio por estar entre los 15 diarios de mayor tiraje (ver capítulo II. Tabla 3), y de cobertura nacional, además de tener una percepción social más de “izquierdas” (*La Jornada* tuvo sus orígenes en un grupo de periodistas que por limitaciones a la libertad de prensa dejaron el proyecto del diario *Uno Más Uno*, quienes a su vez, habían abandonado masivamente el diario *Excélsior*, luego del boicot por el Gobierno del Presidente Luis Echeverría Álvarez en 1976). *La Jornada* se distingue editorialmente por ser contrario a la “globalización”<sup>7</sup> y a los intereses capitalistas de los Estados Unidos de América (EUA), además de apoyo ideológico a los gobiernos de

---

<sup>6</sup> El estudio se delimita a diarios que no sean exclusivos con temas deportivos y de información económica como tema general.

<sup>7</sup> El neoliberalismo impulsó el fortalecimiento de las economías nacionales, pero a partir de una división del trabajo pensado a gran escala, para de ese modo poder ingresar en un proceso de globalización, lo cual se denominó división internacional del trabajo, donde cada país fortalecía e impulsaba su economía en un sector específico: en el caso de los países de América Latina, la agricultura, la ganadería y otras actividades primarias fueron los principales motores de inserción en esa división internacional, mientras que los países europeos y Estados Unidos empujaron su capacidad industrial y desarrollo tecnológico.

características sociales en Sudamérica y a los movimientos ambientalistas, indígenas y de género.<sup>8</sup>

Su fecha de fundación coincide con el primer<sup>9</sup> Gobierno que implantó las reformas del neoliberalismo en el SPM, por lo que su desarrollo y crecimiento durante esta etapa resulta de crucial interés para validar las variables con los objetivos planteados en esta investigación. Por su parte el diario *Reforma*, fue fundado en 1993, considerado dentro de la geografía ideológica como centro-político<sup>10</sup> y con una percepción social de ser un diario de “derechas”. El rotativo inició sus actividades organizado por sus propios trabajadores un mes antes de que iniciara el Tratado de Libre Comercio en enero de 1994 (en adelante TLC), entre México y EUA y Canadá, con características de un periodismo independiente.<sup>11</sup> El diario está editado por el grupo empresarial Reforma, que tiene 85 años de antigüedad, el cual posee una serie de periódicos repartidos por las ciudades más importantes de la República Mexicana.

---

<sup>8</sup> “El proyecto no fue bien recibido por el empresariado, para el cual toda propuesta con orientación democrática y social resultaba una conjura comunista, ni por el gobierno de Miguel de la Madrid, en el que confluían las primeras expresiones del credo neoliberal con la más atrasada cultura antidemocrática priista. En la sociedad, en cambio, la iniciativa generó un desbordamiento entusiasta. La convocatoria a construir un nuevo medio informativo se presentó la noche del 29 de febrero en un salón del Hotel de México, cuando al núcleo original de periodistas se habían sumado ya científicos, académicos, escritores, artistas, cineastas fotógrafos, militantes políticos de varias tendencias y luchadores sociales. Esa noche propusimos un diario en el que tuviera cabida el pluralismo de un país que ya no se reconocía en la unanimidad y que veía con alarma las crecientes amenazas a las conquistas sociales logradas durante los regímenes posteriores a la Revolución Mexicana”. (*La Jornada*. ¿Quiénes somos? [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx) Inf loc: 20/02/ 2016).

<sup>9</sup> Fue con el presidente Miguel de la Madrid Hurtado (1882-1988), cuando inicio el proceso de privatización de las industrias estatales en México, así como distintos sectores públicos y económicos. Durante su mandato entraría en 1986, al GATT. (General Agreement on Tariffs and Trade. Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), basado en las reuniones periódicas de los estados miembros, en las que se realizan negociaciones tendientes a la reducción de aranceles, según el principio de reciprocidad. Las negociaciones se hacen miembro a miembro y producto a producto, mediante la presentación de peticiones acompañadas de las correspondientes ofertas.

<sup>10</sup> El periódico *Reforma* proviene de una rama del periódico regiomontano *El Norte*, cuya sede es la ciudad de Monterrey en el estado nortero de Nuevo León. *Reforma* fue el primer grupo noticioso que separó su división comercial de la división editorial. Esto permitió una gran independencia en su periodismo, de tal modo que sus periodistas se sintieron ayudados para evitar la tentación de escribir notas que favorecieran a los anunciantes.

<sup>11</sup> Los diarios de Grupo Reforma tienen un modelo de periodismo abierto que es muy diferente de cualquier periódico en el mundo. Uno de los pilares de este modelo son los consejos editoriales. Cada sección tiene un consejo editorial, que es un grupo de lectores y líderes en los temas de la sección, las reuniones, según la sección, pueden ser semanales, quincenales o mensuales, para establecer la agenda editorial de la sección. Por ejemplo, el consejo editorial de la sección nacional de *Reforma* puede incluir un diputado (miembro de la Cámara de Representantes), un senador, varios políticos, algunos miembros de las ONG, así como los lectores normales, como las amas de casa, estudiantes, etc.

Dicho lo anterior el proyecto se concreta al análisis en particular de estos dos diarios que poseen elementos distintivos de los demás periódicos de circulación nacional (ser de tiraje nacional, tener una fecha de fundación que coincide con el periodo analizado, tener un contenido de información general e independientes del Gobierno Federal perceptualmente), por lo que la interrogante principal del planteamiento de la investigación quedaría de la siguiente manera:

**¿Cuál fue el desarrollo en los diarios: *La Jornada* y *Reforma* durante el neoliberalismo en México en el periodo 1994-2018?** En este sentido, el planteamiento para llevar a cabo la investigación se enmarca en un enfoque de análisis longitudinal (estructural), de los dos medios de comunicación escrita en México, desde la Economía-Política de la Comunicación, pero no limitativo, es decir; no se circunscribe a un estudio cuantitativo de cada uno de sus contenidos editoriales de ambos diarios durante este periodo, sino más bien, al desglose de las relaciones institucionales y de las características internas y externas que los medios de comunicación escrita (*La Jornada* y *Reforma*), tuvieron durante el periodo (1994-2018), dentro del marco del neoliberalismo en el SPM.

El marco económico donde se desarrolla el análisis de los dos diarios y las instituciones, se da dentro del nuevo esquema neoliberal, el cual es importante definir como una corriente política capitalista, inspirada y responsable del resurgimiento de las ideas asociadas al liberalismo clásico, en las décadas de 1970 a 1980. Los defensores del neoliberalismo apoyan una amplia liberalización de la economía, el libre comercio en general y una drástica reducción del gasto público y de la intervención del Estado en la economía en favor del sector privado, que pasaría a desempeñar las competencias tradicionalmente asumidas por el Estado. Por ello, para hablar del funcionamiento de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas sin caer en determinismos economicistas y explicar la forma metodológica las variables que tendrá el estudio planteado, es conveniente reconsiderar el modelo de propaganda elaborado por Chomsky y Herman (1989), donde establecían que los sistemas

mediáticos funcionan primordialmente mediante los siguientes filtros: “propiedad, anunciantes, ideología anticomunista y grupos de interés”. (p.43).<sup>12</sup>

En esta ocasión, el presente proyecto de investigación establece una ponderación metodológica basada principalmente en la descripción que hacen Hallan y Mancini, (2008); para así, compaginar estos dos referentes metodológicos (antes señalados), en las siguientes cuatro áreas o pilares específicos a los cuales se les ha titulado por las exigencias propias de la investigación de la siguiente manera: **a)** El análisis mediático desde la Economía Política de la Comunicación; estructura y desarrollo económico de los diarios *La Jornada* y *Reforma*:1994-2018. **b)** El paralelismo político en los medios de comunicación impresos *La Jornada* y *Reforma*, y su relación con el sistema de partidos en el SPM. **c)** El marco legal que rige a los medios de comunicación en México, las reformas de telecomunicaciones y leyes de imprenta en los medios de comunicación impresos y sus consecuencias con su desarrollo mediático en el SPM; y **d)** La ética y profesionalización de los periodistas e integrantes de los medios de comunicación en los diarios *La Jornada* y *Reforma*.

La propuesta de investigación plantea un exhaustivo análisis, tanto de elementos teóricos como metodológicos que serán tratados con más profundidad en sus capítulos respectivos, los cuales servirán para poder tener una orientación científica que ofrezca un conocimiento del periodo mencionado anteriormente, así como de los subsistemas que los complementan. Para el análisis de contenidos de las variables, implicará la elaboración y aplicación de entrevistas a profundidad a periodistas y directivos de ambos diarios, construido a partir de los objetivos y los supuestos del proyecto, configurado con los siguientes criterios:

- Dos diarios nacionales de información general: *Reforma* y *La Jornada*.
- Entrevista a directores, jefes de redacción y reporteros de ambos diarios.
- Académicos expertos en la materia, así como profesionales independientes de los medios impresos.

---

<sup>12</sup> Según el postulado democrático los medios de comunicación son independientes y tienen la obligación de descubrir la verdad e informar de ella, y no reflejar pura y simplemente la percepción del mundo que desearían los grupos de poder. Los responsables de los medios de comunicación afirman que su forma de seleccionar noticias se basa en criterios objetivos e imparciales y que para ello cuentan con el apoyo de la comunidad intelectual. Pues bien, el modelo de propaganda de Chomsky y Herman refuta por completo esta proposición.



- Período de análisis (1994-2018): El primer período del tiempo comprende de 1994-2000, el cual corresponde a la entrada al TLC, entre México, Canadá y los Estados Unidos. Y la crisis económica, política y social que se vivió en este periodo y la discusión sobre la trascendencia de México al primer mundo con la incongruencia social en un entorno de gran expansión económica. En cuanto al segundo período, 2000-2012, corresponde al cambio político en la presidencia de México, por el Partido Acción Nacional, después de 71 años en el poder por una elite política y el continuismo del modelo económico en la totalidad el sistema, así como con el sistema mediático. El tercer periodo, 2012-2018. Trata sobre la crisis económica, social y el regreso del PRI a la Presidencia de la República, con las consideraciones del viejo régimen político y sus relaciones institucionales.

## **1.2.-JUSTIFICACIÓN**

Para entender lo que pasa - y buena parte de lo que nos pasó-, este apartado de la investigación, ofrece una serie de fundamentos, para comprender la relación entre medios de comunicación, sistema político, sistema económico y la confluencia entre diversos cambios constitucionales e institucionales que se dieron en México en las tres últimas décadas, así como sus procesos de reformas políticos-electorales. Según Córdoba y Salazar (2018), estos cambios culminaron con el fin de la administración anterior que hacía el Estado de los tiempos públicos en los medios de comunicación, en periodos ordinarios y electorales, garantizando de ahora en adelante el uso equitativo de las prerrogativas económicas de los partidos políticos para la adquisición de tiempos y espacios en dichos medios; todo ello dentro de una dinámica de políticas públicas de apertura hacia una democracia moderna y de competencia abierta en los medios de comunicación en México. (p.669).

Como ya se había mencionado, esta propuesta de investigación toma como periodo de análisis entre 1994 y 2018<sup>13</sup>, considerando 1994, el inicio del TLC, como punto de partida y el “supuesto” ingreso de México a una sociedad de “primer mundo” por sus reformas económicas neoliberales principalmente y al mismo tiempo la incongruencia y revelación mediática de la pobreza extrema que se vivía en el sureste

---

<sup>13</sup> Se toma como límite de estudio el sexenio (2012- 2018), tomando en cuenta datos importantes en términos estadísticos y económicos de actualidad durante el último sexenio.

mexicano y la manipulación de la realidad por parte de los propios medios de comunicación y sus grupos de intereses políticos y financieros. Y el 2018, como el fin del periodo neoliberal (pronunciamiento hecho el 17 de marzo del 2019 por el Presidente Andrés Manuel López Obrador), después del anterior sexenio del Partido Revolucionario Institucional (PRI)<sup>14</sup> al Gobierno de la República, tras 12 años de alternancia política con el Partido Acción Nacional (PAN), dentro de un marco de crisis severa del modelo económico<sup>15</sup> y sus repercusiones en la totalidad del sistema político: medios, economía, sociedad y Estado de Derecho.

Una objeción frecuentemente utilizada para desalentar esta línea de investigación es la que sostiene la inexistencia de una relación entre los procedimientos metodológicos utilizados y las características de la sociedad analizada, es decir; existe una gran cantidad de literatura sobre medios de comunicación etnocentrista, que se refiere a datos y modelos de otros países, aun cuando está escrita en términos generales, por lo que la utilización universal de conceptos en ocasiones no es congruente con la realidad local. Sin embargo, los estudios sobre medios de comunicación y Economía Política en Latinoamérica, han sido considerados por los estudiosos del tema como Luis Albornoz, Cesar Bolaño, Micael Herschmann y Delia Crovi Druetta; como de vanguardia científica, aun cuando se toman con referencia modelos de otras sociedades, no obstante adecuan sus análisis con los matices correspondientes de acuerdo a cada cultura y sistema político.

Los medios de comunicación escrita no solo son un medio de difusión de ideas políticas durante un proceso electoral, donde se constituyen como elementos imprescindibles de una democracia representativa occidental. Estos medios también están inmersos antes y después, en la cotidianidad de la cultura democrática imperante y transmiten de manera directa, subliminal y discreta pero constante su ideología que se va formando en ideas de opinión pública; así como en proyectos públicos de desarrollo, en limitación y sanciones a grupos contrarios ideológicamente a su visión y estilo de vida. Habría que determinar legalmente el poder de los medios de comunicación en su

---

<sup>14</sup> El PRI perdió el poder en el 2000 contra el PAN y recuperó de nuevo el poder en el 2012. Tras haber durado más de 71 años en el poder luego de su fundación en 1929.

<sup>15</sup> La adopción de las políticas neoliberales y la aceptación de su teoría económica desde la década de 1970 por la mayoría de los países desarrollados se ven como la causa del hundimiento del sistema financiero internacional del año 2007 y 2008, que más tarde se manifestó en la llamada Gran Recesión.

clara dimensión, como empresas otorgadoras del *status quo*, que por consiguiente difícilmente van a permitir “cambios” sociales que los perjudiquen. La dificultad de llevar la discusión sobre el empoderamiento de los medios a las instituciones legislativas, obedece a intereses económicos y sus repercusiones al interior del propio sistema, aun así se han reglamentado sus actividades como empresas de uso del bien público; sin embargo, en cuanto notan que hay “tensión” en el sistema, los medios implementan una serie de respuestas sistémicas para que se retorne a la estabilidad que se les ha determinado.<sup>16</sup>

Es este círculo, donde el medio de comunicación difunde “libertad” pero matizada bajo reglas “democráticas,” ningún medio de comunicación privado quiere que su empresa sea absorbida por el Estado, existe en sí, una aceptación de intereses donde el ciudadano está en medio y sirven como elementos de legitimidad, así como de consumidores potenciales. Por otra parte, una crítica de aspecto metodológico es la rapidez con la que suceden los hechos dentro del ámbito de análisis de las fusiones corporativas mediáticas, sin posibilidad de darle un tratamiento profundo, ya que su planteamiento sobre los cambios es cuantitativo. Esta situación demanda de los estudiosos de la comunicación un renovado esfuerzo por incidir de una manera creativa en el conocimiento y explicación de los fenómenos de comunicación política. El análisis de los medios de comunicación desde la Economía Política de la Comunicación, abre un panorama amplio de mediciones cualitativas que pueden enriquecer las aportaciones desde la academia.

En este sentido existen estudios que "reducen"<sup>17</sup> la democracia al espacio otorgado en los medios de comunicación, cuestión que según Francisco Sierra citando a Schiller (1993), nos dice que se debe hacer una crítica a la supuesta emancipación democrática generada por la tecnología, considerándolo como un auditorio activo,

---

<sup>16</sup> Tampoco hay que olvidar que estos medios son comerciales, es decir, su base de financiación es la publicidad, por lo que tanto los ejecutivos de estas compañías como sus propietarios se preocupan por mantener un clima económico adecuado que no ponga en peligro a su principal fuente de ingresos.

<sup>17</sup> Con esto quiero decir que hay estudios científicos que solo se limitan a describir a los medios como parte del sistema político democrático, como un subsistema, sin el análisis cualitativo de sus funciones como parte de esos órganos en sí. Consideran que el mero hecho de que los medios de comunicación estén ya es suficiente, dando por hecho que ya existe una democracia. Se debe de ver como ellos – los medios- se desarrollan y funcionan para darle a la sociedad más que una información un derecho de uso para obtener una mejor calidad de vida como ciudadano y luego como elector en cada sistema político donde están inmersos, como parte del sistema político al que pertenecen.

poniendo en duda el poder cultural concentrado en los medios (p, 204). Se debe de modificar las formas de observación de los receptores, tomando en cuenta también la otra parte de los emisores, dejando solo lo cuantitativo por lo cualitativo, al existir estudios culturales alejados de lo material y político, cayendo en frases más que en definición de clases, esto en un contexto donde la derecha ha regresado tanto en Europa como en los EUA. Según Sierra (2011), hay que hacer estudios basados en la estructura, contenido y audiencia, bajo análisis comparados, basados en los estudios culturales, el potencial de la resistencia y la rebelión de los receptores contra las fuerzas reales del poder ideológico dominante. (p, 209).

Estos trabajos plantean o aluden a un aspecto central en la construcción de una sociedad democrática: no puede existir tal democracia en tanto no se encuentre debidamente garantizado el acceso a los actores principales que son los ciudadanos, a los medios de comunicación. Simplificar la democracia en estos logros, es reducir a una sola línea de análisis y deja de lado a los medios de comunicación como simples actores pasivos, este tipo de enfoques no describe la importante e indisoluble relación en los medios de comunicación, como agentes de construcción ideológica sobre la cultura democrática, que los legitima de forma constante y permanente sin tener plena conciencia de ello.

La propuesta del proyecto de investigación no se reduce a contabilizar centímetros cuadrados en la prensa escrita o segundos en los medios electrónicos, sino que compara y analiza a profundidad la diferencia, similitud y relaciones institucionales que hay entre estos dos medios escritos (*La Jornada y Reforma*), en el lugar donde el binomio medios-democracia deja de serlo, para convertirse en un espacio de interés público en el que se desenvuelve la comunicación, la economía y la política. Se trata de desentrañar el papel específico que en un sistema político desempeñan los medios de comunicación escrita y su consecuente impacto en el proceso de democratización, no como instituciones de carácter público, sino como empresas que en realidad se basan en un esquema capitalista de beneficios económicos y políticos, congruentes a su naturaleza de empresas capitalistas mediáticas. Es decir: existen *mass-media* que han logrado cooptar los canales de comunicación públicos y predomina entre ellos un monopolio o duopolio y no un pluralismo que aliente la sana competencia con miras a enterar a los ciudadanos de las diversas posturas ideológicas de una sociedad. ¿En

realidad se está trastocando uno de los principios democráticos más relevantes en todas las democracias modernas: el derecho al acceso a la información, veraz, objetiva y oportuna de los ciudadanos?

Los medios de comunicación dentro del actual sistema capitalista de libre mercado, exponen sus productos al cliente; el consumidor directo es el ciudadano ordinario, que está expuesto a un bombardeo exponencial de una gran variedad de productos e ideas (por ejemplo, México, como el caso específico que nos compete, donde discernir no es costumbre y la toma decisiones sobre sus representantes ha sido por mucho manipulada cotidianamente). Los medios de comunicación escrita forman parte de los actores con mayor capacidad de influencia en la vida pública en las sociedades modernas; por lo tanto es necesario, conocer su esfera de actuación, las reglas del juego. ¿Si son claras o no? Así como la información que manejan con sentido democrático, que sin lugar a dudas contribuyen al manejo y contención de sus intereses, que no son ilegítimos, pero tampoco necesariamente buscan el bien común.

Este enfoque entre la Economía-Política de la Comunicación y el comparativo entre los periódicos *Reforma* y *La Jornada*, con el modelo neoliberal,<sup>18</sup> busca una línea de enlace entre el Estado, los Partidos Políticos, la Ética Profesional y su desarrollo económico, que nos permita entender la relación que tuvieron durante un período de gran relevancia por sus consecuencias actuales en todos los ámbitos de la vida nacional en México. La viabilidad del proyecto de investigación está sustentada en la posibilidad

---

<sup>18</sup> Originalmente el *neoliberalismo* era una filosofía económica surgida entre los eruditos liberales europeos en la década de 1930 que trataban de encontrar un “tercer camino” que en ese momento se libraba entre el liberalismo clásico y la planificación económica. El impulso de desarrollar esta nueva doctrina surgió del deseo de evitar nuevos fracasos económicos tras la Gran Depresión y el hundimiento económico vivido en los primeros años de la década de 1930, fracasos atribuidos en su mayoría al liberalismo clásico. En las décadas siguientes la teoría neoliberal tendió a estar en contra de la doctrina *laissez-faire* del liberalismo, promoviendo una economía de mercado tutelada por un Estado fuerte, modelo que llegó a ser conocido como la economía social de mercado. Sin embargo, el neoliberalismo con las variantes por las que en la actualidad se le reconoce tiene su origen en la llamada sociedad Mont Pélerin formada en Suiza a fines de los años 40. En ella se reunían algunos de sus principales pensadores, entre los que destaca Friedrich Hayek (1899-1992). Su objetivo fundamental era reducir la intervención estatal en el control de la economía —tanto de corte socialista como capitalista keynesiana—, frenar el poder económico y político del sindicalismo y reemplazar el imaginario colaborativo y de comunidad por uno individualista y de competencia. El término se introdujo de nuevo en la década de 1980, debido a las reformas económicas realizadas en Chile durante la dictadura de Augusto Pinochet (1915-2006), impulsadas y supervisadas por economistas de la llamada Escuela de Chicago, “los Chicago Boys”. A partir de aquí, el término empezó a adoptar connotaciones peyorativas y a ser empleado por los críticos de estas reformas, al tiempo que el neoliberalismo pasó de defender una postura liberal moderada a una más radical que incluía la defensa a ultranza del *laissez-faire* y el capitalismo en general.

real de llevar a cabo el planteamiento expuesto, a través de los elementos teóricos-metodológicos requeridos para su análisis, así como en el objeto de estudio claramente definido y en el sistema de relaciones que hubo entre los medios de comunicación impresos (*La Jornada y Reforma*) y su desarrollo económico y político dentro del SPM durante los años 1994-2018.

No obstante, la información sobre la estructura de los medios impresos, no está a disposición del ciudadano común, aun cuando existen estadísticas oficiales, hay unas barreras de opacidad y una falta de colaboración por parte de los actores principales como los mismos medios de comunicación; problema incongruente cuando se habla que los principales precursores de concentrar y difundir información a diversos sectores sociales, sobre economía, política y cultura, son ellos mismos. El estudio afronta estas adversidades con el afán de contribuir al conocimiento y validar la información desde distintas fuentes, ya sean oficiales o no, por ello la metodología considerada para la realización de la presente investigación, junto al método de análisis y los objetivos generales y específicos, serán de gran utilidad para entender el contexto social, económico y político y el estado actual de ambos diarios.

### **1.3.- Objetivos de la investigación**

La investigación pretende lograr describir el desarrollo de los medios impresos (*La Jornada y Reforma*), a través de un análisis comparativo e interpretación teórica desde la Economía Política de la Comunicación y su correlación institucional con el SPM, que legitimaron el *establishment*<sup>19</sup> actual, bajo el modelo económico neoliberal que “subyugó” e “influyó” en la toma de decisiones como ciudadanos democráticos. Es decir, el objetivo es saber qué características tuvieron en estos medios de comunicación durante los diferentes sexenios con los distintos subsistemas del régimen (ético, político, económico y legal), así como su funcionamiento y desarrollo esencial de subsistencia, describir cómo los subconjuntos del sistema establecían sus relaciones sociopolíticas y económicas inmersas en un complejo proceso de mensajes, valores y relaciones institucionalizadas. Analizar y comprender las partes del sistema como un todo integrado, no como una suma de sus partes, sino como un ente constituyente de los elementos que lo conforman. Considerando que en la conformación de toda cultura

---

<sup>19</sup> Por «establishment», no solo quiero definir los centros oficiales de poder —aunque ciertamente son parte de ello-, sino a toda la matriz de relaciones oficiales y sociales dentro de la cual se ejerce el poder.

política intervienen: diálogos interpersonales, valores culturales, militancia partidista, poder adquisitivo, así como en la información suministrada por los medios impresos, radiofónicos y televisivos, “en una transmisión tecnológica-ideológica omnipresente pero persistente”. (Sartori, 1998, p.29-33).

### **1.3.1- Objetivo general**

- Conocer las transformaciones a través de las cuatro variables (ética, política, legal y económica) en los diarios: *La Jornada* y *Reforma* en México durante el periodo 1994-2018.

### **1.3.2- Objetivos secundarios**

- 1.-Describir la relevancia del sistema político en las transformaciones económicas-políticas en los medios de comunicación escrita (*La Jornada* y *Reforma*) en México durante el periodo: 1994-2018.
- 2.- Comparar la estructura del mercado de los medios de comunicación (*La Jornada*, y *Reforma*), durante el periodo: 1994-2018.
- 3.- Detallar el paralelismo político de los medios de comunicación (*La Jornada* y *Reforma*), durante el periodo: 1994-2018.
- 4.- Conceptuar el nivel de ética profesional en los diarios (*Reforma* y *La Jornada*), durante el periodo: 1994-2018.
- 5.- Evaluar el marco normativo que regulaba a la prensa durante el periodo: 1994-2018.

### **1.3.3- Preguntas de la investigación**

- 1.- ¿Qué desarrollo económico –político tuvieron los medios de comunicación durante el periodo comprendido entre 1994 y 2018 en México.
- 2.- ¿Cuál era la ética profesional y fundamentos neoliberales de los medios de comunicación durante este periodo?
- 3.- ¿Cuál fue el marco legal y que influencias tuvieron en los medios de comunicación durante 1994-2018?

- 4.- ¿Cuál es el desarrollo de los dos diarios, ventas, porcentaje de difusión (concentración geográfica y concentración de la propiedad)?
- 5.- ¿Cuáles eran las características específicas del Estado, como regulador, promotor y difusor?
- 6.- ¿Qué beneficios económicos y políticos, obtuvieron los diarios *Reforma* y *La Jornada* durante el periodo 1994-2018?

#### **1.4.- Supuesto de la investigación**

El modelo económico y político que se estableció en el SPM durante el periodo conocido como neoliberal influyó de forma directa en las estructuras mediáticas, tanto en su integración laboral, como en su difusión editorial a nivel nacional, ya que estableció una relación estrecha entre las políticas económicas y la integración del personal de los diarios *La Jornada* y *Reforma*, así como su crecimiento y desarrollo económico independientemente de sus ideología políticas.

##### **1.4.1.- Supuestos de trabajo**

En el marco de las investigaciones realizadas sobre la cobertura de la crisis económica de 1994 y del 2018; las hipótesis de partida del proyecto (que se explicitarán en sub-hipótesis en el estudio) se pueden formular de la siguiente manera.

- Los medios escritos como *Reforma* y *La Jornada* desarrollaron un crecimiento en su producción impresa, así como una conformación de su estructura laboral de acuerdo a los estándares del nuevo sistema capitalista que se estableció durante la llamada transición neoliberal.
- La prensa, en términos generales, no analizó con suficiente profundidad las consecuencias del neoliberalismo en los años previos a la crisis, y favoreció las visiones técnicas que minimizaban sus efectos perversos frente a otras visiones, quizá entonces vistas como más alarmistas.

#### **1.5.- Estructura de la tesis**

A continuación siguiendo esta explicación se expone un esquema general de la investigación, para que visualmente se pueda entender el sentido de la misma, considerando cuatro aspectos o pilares del estudio en un vértice que aglutina la parte medular del estudio.



### 1.5.1- Esquema de la investigación

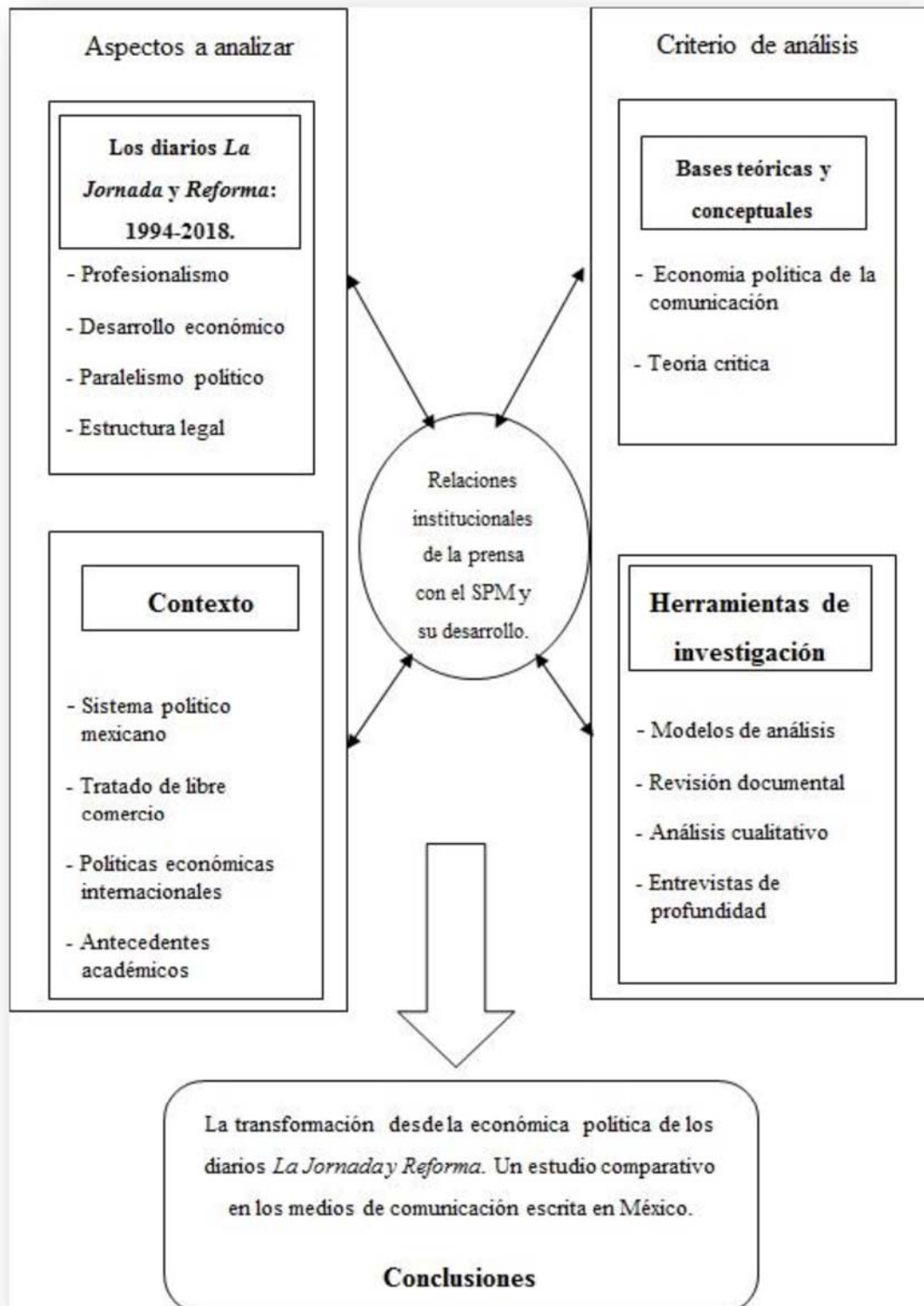


Figura 1. Fuente: Elaboración propia.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO DE ANTECEDENTES**

#### **ESTADO DE LA CUESTIÓN, DESARROLLO ECONÓMICO E HISTÓRICO DE LA PRENSA EN MÉXICO, SISTEMA POLÍTICO MEXICANO Y ACTUALIDAD**

##### **2.1.- Estado de la cuestión**

Los estudios sobre medios de comunicación son relativamente nuevos, podrían situarse en los Estados Unidos de América (EUA) en los años 20, donde se desarrollaron varias teorías que sirvieron de base para estudios conductistas en propaganda y participación ciudadana durante las siguientes décadas, tal fue el caso de grupos fascistas que se encargaron de utilizarlas durante la Segunda Guerra Mundial (como Goebbels, que ocupó el cargo de ministro para la Ilustración Pública y Propaganda del Tercer Reich entre 1933 y 1945). En Europa en la década de los 40, después del conflicto armado, aparecen estudios científicos como los de Shanon y Weaver (1948) que aportarían la idea de un modelo lineal de comunicación universal, que funcionaba tanto para máquinas como para seres humanos y sistemas informáticos; un año después Harold Lasswell (continuador de la teoría de la aguja hipodérmica), propone un modelo basado en la influencia de los medios de comunicación y su proceso de construcción de la opinión pública en las sociedades industriales y postindustriales, posteriormente aparece Norbert Wiener y su concepto de retroalimentación “*feedback*”, que presenta un esquema circular mostrando a la sociedad como elementos activos en el modelo comunicativo.

En la década de los 50, la Escuela de Frankfurt, estableció la “Teoría Crítica” bajo la tutela de autores como Adorno, Horkheimer, Habermas y Marcuse, sus estudios estaban establecidos en el impacto en los medios de comunicación masivos sobre los individuos y las sociedades capitalistas; en los 60, la escuela inglesa de Birmingham estudió como los medios transmiten de forma conflictiva la imposición de un *estatus quo* y las reacciones socioculturales que se manifiestan. Por su parte el canadiense Marshall McLuhan y su concepto de “aldea global” (1962), abre un nuevo paradigma filosófico en el modelo comunicativo, estableciendo que la sociedad se vuelve una extensión tecnológica de los medios, en una interconexión a escala global.

También en los 60 la escuela latinoamericana de la comunicación<sup>20</sup> iniciará sus investigaciones científicas, principalmente desde una crítica Frankfurtiana hacia la visión del capitalismo americano.<sup>21</sup> Los estudios denunciaban el advenimiento de las grandes empresas de medios y la debilidad de las naciones emergentes para poder defenderse de su influencia y poderío tecnológico e ideológico. En los 70 aparecen los estudios alternativos contra-hegemónicos con el objetivo de quitarle a los medios el control total de la información. Entre estos nuevos enfoques sobre los medios se alimentan de novedad, moda, agenda de lo visible y atractivo como la teoría *agenda-setting*, donde se les critica que solo nos informen lo que les interesa informar. Para la década de los 90, aparecen los estudios de recepción (mensajes, actitud y postura del espectador), así como también una nueva variación en su interpretación académica - el discurso sobre los medios se mueve del mundo sociológico al mundo antropológico y psicológico-. Para finales del siglo XX, aparecen los estudios sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que definen a los medios de comunicación como una extensión de los individuos, en donde no se percibe una separación clara entre medios y sociedad.<sup>22</sup>

En la primera década del siglo XXI, hubo una enorme respuesta académica, con los trabajos de Mastrini y Becerra (2006), Jesús Martín Barbero y Nestor García Canclini (2009); surgen estudios culturales sobre el campo académico de la comunicación, sobre el desarrollo de los medios de comunicación y el impacto social y económico que se presentó tras su boom de crecimiento y posterior crisis. En la

---

<sup>20</sup> El estudio de las industrias culturales en América latina, tuvo sus inicios en los trabajos de Antonio Pasquali (1963) con su obra "*comunicación y cultura de masas*"-

<sup>21</sup> La escuela latinoamericana de comunicación, se origina con los trabajos realizados por la CEPAL fundada en 1948 en Santiago de Chile. Que buscaba el desarrollo económico regional latinoamericano. Raúl Prebisch- fue el primer economista latinoamericano que traerá a través de la política desarrollista toda la discusión sobre comunicación y desarrollo. La comunicación hace su aparición como una esperanza primero y como un campo de lucha después, las políticas nacionales de la comunicación plantean la necesidad de democratizar la comunicación social como condición básica para alcanzar una mayor equidad económica. Estas Promueven las llamadas políticas de dependencia cultural o del imperialismo cultural. Entre sus iniciadores están: Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pasquali, Fernando Reyes Matta, Armand Mattelart, Peter Schenkel, Ariel Dorfman.

<sup>22</sup> "Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se dispone de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua" Kofi Annan, discurso inaugural de la primera fase de la WSIS (Ginebra, 2003).

actualidad existe la teoría del receptor liberado y consciente, eligiendo sin influencias externas, consumir la información que quiere, sin ningún condicionamiento a diferencia de las anteriores visiones.

A partir de lo anterior estamos en el entendido que los medios de comunicación son el perfil social de las actuales sociedades, ya que a través de ellos podemos conocer los intereses, gustos, necesidades y el sistema sociocultural y político de una población; por ejemplo, la prensa como medio de comunicación directo, transmite en sus páginas los acontecimientos cotidianos, dando una imagen del contexto en el que se desenvuelve el diario. Los estudios o análisis de estos medios, regularmente tienden a una medición de contenidos, que en el caso mexicano -comparado con otros países sigue siendo muy limitado-, podemos encontrar varias repuestas para ello; bajo interés, censura informativa por parte de los mismos medios, bibliografía desactualizada y un interés académico mínimo y económico para investigar sobre la prensa desde enfoques distintos al de análisis de contenido y análisis de discurso.

Ahora bien, en este último aspecto según Sánchez y Gómez (2011) es donde podría verse al mismo tiempo una debilidad y fortaleza del análisis crítico, ya que este no puede explicar todo lo relativo a las actividades relacionadas con la comunicación (¿Hay algún enfoque que lo logre?), sin embargo; al plantear la necesidad de tener una mirada amplia y contextualizada nos permite entender mejor la problemática planteada al presentarla en su conjunto.<sup>23</sup> Existen postulados desde la Economía Política de la Comunicación interesados más en los procesos políticos y económicos de los Estados Nacionales, por un lado podemos mencionar a Golding y Murdock (1991,1996 y 2000) y por el otro a Meehan, Mosco y Wasko (1993), que han enumerado las principales dimensiones (ontología, epistemología, metodología y objetivos), en las que fundamentan la Economía Política de la Comunicación de una forma sistemática a partir de un trabajo desarrollado durante los últimos 30 años. Los autores citados coinciden en lo general, aunque con ciertas diferencias de matiz, como podemos observar en la tabla que presentamos a continuación.

---

<sup>23</sup>Sánchez Ruiz, Enrique y Gómez García, Rodrigo (2011). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos. (Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011. [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62_esp.pdf). Inf loc: 19/12/2018.

<b>Meehan, Mosco y Wasko</b>	<b>Golding y Murdock</b>
<b>Interés por el cambio social y la historia</b>	Histórica
<b>Énfasis en la totalidad social</b>	Holística
<b>Fundamentada en la filosofía moral</b>	Más allá de aspectos técnicos, toman a la justicia, la equidad y el bien común.
<b>Orientada hacia la praxis</b>	Interesados en la relación de la empresa capitalista y la intervención pública

Tabla 1.- fuente [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62_esp.pdf) . Inf loc: 19/12/2018.

Las diferencias según Gómez y Sánchez (2011,) se advierten en el sentido de que los británicos no hacen ninguna referencia directa a la praxis. Sin embargo, se sobrentiende que la búsqueda del balance entre la empresa privada y la administración pública solo puede ser concretada a través de la intervención pública, en este caso vía el impulso de políticas públicas de comunicación normativas. Además, advierten claramente que los dos grupos de investigación resaltan especialmente las cuestiones éticas y normativas. Otro aspecto que señalan, es que las dos propuestas se enmarcan dentro de la Economía Política Crítica de corte neo marxista, aunque de orígenes distintos a partir de sus contextos específicos.

A nivel mundial los estudios sobre la prensa se pueden encontrar en diversas revistas especializadas o portales *web*, donde se observan textos científicos, a la vez que engrosan el marco bibliográfico para los futuros trabajos periodísticos, esta facilidad de encontrar información no resta la dificultad para adquirirla por los propios investigadores, que pocas veces exponen la vicisitudes para obtenerlas; bajo una percepción de que posee una mayor credibilidad su información, esta idea no aporta una crítica positiva hacia los investigadores y medios de comunicación, sino que oscurece y dificulta y solo aparece entre líneas dentro de las conclusiones de sus investigaciones realizadas. ¿Cuál es el panorama de la investigación en México sobre el periodismo? Esto no es cosa menor, ya que dentro de la respuesta podemos diferenciar el tipo de investigación metodológica predominante que se realiza, tomando en cuenta las características particulares de este país; es decir, pros y contras para llevar a cabo dichos estudios. En este sentido y siguiendo las pautas antes descritas, hay una necesidad de describir el panorama actual de la investigación sobre el periodismo en México, lo que implica la mención de una serie de autores que reflejan esta situación y respaldan la

necesidad de reflexionar sobre las dificultades y la propuesta de mejoras para una investigación de rigor cuando se trate de llevar a cabo estudios sobre medios de comunicación escrita.

El número de estudios sobre medios de comunicación en México es reducido y el existente posee características de apoyos de organismos gubernamentales, esto genera una información propia de los mismos medios sesgada, consideración que se repite no solo en México, sino en los demás países latinoamericanos; “podemos decir que a partir de la década de los 70, se inicia el estudio y análisis de los medios de comunicación en México y Latinoamérica, principalmente apoyados por organismos internacionales como la CEPAL”, (Velarde, 2006, p.4). Velarde comenta que anteriormente las agencias de información extranjeras controlaban este sector hasta que el Estado generó sus propias agencias, provocando con ello una monopolización de los medios de comunicación estatal. El estudio sobre la prensa escrita, nace por ser un medio que se presta para el análisis de contenido (medir la participación gubernamental, así como las referencias de políticos y partidos, candidatos y número de lectores), esto hace que sea más accesible su análisis; sin embargo, en la realidad, los estudios que salen al público, terminan siendo limitados y cada vez más justificados por su difícil acceso a datos de los propios diarios.

Según Rosalba Cruz Soto (2000), aboga por que haya estudios actualizados y más generales y no tanto de temas específicos, que aportarían más información a los investigadores. En México no hay una tradición importante hacia la investigación al periodismo escrito, escasos y limitados son los estímulos para el análisis académico del nacimiento y desaparición de diarios y semanarios en todo el país (p.21); solo se salvan artículos y revistas especializadas que se sostienen por un núcleo de lectores muy limitado, aun así, durante los 70 hubo intentos de diversificar el estudio del periodismo en México, tocando temas como “la mujer en el periodismo”, “prensa obrera”, así como la “legislación sobre la prensa”, temas que a decir verdad, fueron más por intereses personales que por una visión integral sobre los medios que en términos académicos o privados.

Un libro que recopila esta situación es el de Karim Bohmann (1989), donde crítica que la falta de interés hacia la investigación sobre los medios de comunicación escrita es comprensible y justificable de cierta manera por las presiones de tipo político que existen en el interior del país (p.15), pero también observa que hay poco interés por conocer el desarrollo de la prensa en México y sus diferentes implicaciones institucionales en la totalidad del SPM por investigadores extranjeros; aun así, México posee un sistema de medios de comunicación muy desarrollado tecnológicamente y de gran influencia en América Latina y Europa, sin embargo, no existe una literatura proporcional a su nivel de influencia e importancia en el sistema político y su desarrollo institucional, lo cual no deja de ser contradictorio.

Finalmente, resta decir sobre este punto, que los estudios que se localizan en México estriban sobre el análisis de contenido y análisis de discursos que sin ser numerosos son los que más abundan, dando una gran importancia al mensaje y a la intencionalidad del verdadero sentido con que se expresan los líderes gremiales y figuras políticas; esto ha generado que se obvien estudios desde otras visiones metodológicas que podrían enriquecer y ampliar el análisis de los medios impresos. Para responder a esta situación, se tiene que entender que las investigaciones obedecen a un sistema político cultural, centralizado y poco consonante a presentar nuevas alternativas o visiones de su sistema de medios al que se tiene actualmente. Esto significa que las políticas públicas sobre cultura e información no han observado nuevas líneas de investigación y solo aparecen de manera particular y con años de diferencia en comparación con estudios realizados en otras partes del mundo occidental.

Aunado a este fenómeno, viene por consecuencia la inexistencia bibliográfica y hemerográfica, que solo es la punta del *iceberg*, ya que el problema de la poca producción académica proviene de la falta de apoyo económico y cultural de las instituciones encargadas para ello. Rodrigo Centeno (2009), pone énfasis que no existe innovación y visión integral sobre el estudio de los medios impresos, quedando adjudicada su difusión al Gobierno Federal y organismos internacionales como la OCDE<sup>24</sup> (p.2), que presentan el más bajo de los recursos económicos de los países que la integran, destinados a esta área. Por su parte Héctor Gómez Vargas (2006), establecía

---

<sup>24</sup> La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), es una organización intergubernamental que reúne a 34 países comprometidos con las economías de mercado y con sistemas políticos democráticos, que en su conjunto representan el 80% del PIB mundial.

que durante los 80 hubo un intento por incentivar los estudios sobre medios de comunicación y relacionarlos con la cultura en México y Latinoamérica (p.11-13), prueba de ello es que en México abrieron carreras relacionadas al periodismo y a los medios de comunicación en diferentes estados del país.

El problema de la investigación documental sobre la prensa escrita en México se debe en parte a que los apoyos económicos son insuficientes y en menor medida a su naturaleza cultural, por ejemplo; los centros de investigación nacional y estatal, presentan un individualismo académico y posiciones políticas ideologizadas, que entorpecen la actividad científica, aunado a que en la universidades nacionales los docentes que se dedican a la investigación del número total es muy reducido con respecto a la realidad. El sistema nacional de investigadores en México (SNI), creado en 1984, gestiona todos los proyectos de investigaciones, facilitando y homogeneizando el trabajo y los trámites burocráticos que en muchas ocasiones obstaculizaban la creación y suponían un fracaso en la investigación al no estar correctamente coordinados por temas y sectores, bajo supuestos políticos que no eran preponderantes para la actividad científica y tecnológica en México.

La década de los 80 del siglo XX, trajo consigo problemas metodológicos, visiones ideologizadas y una esquizofrenia epistemológica y un abuso de la teoría que no tenía relación con la realidad imperante en México durante ese período; posteriormente las actualizaciones en los planes de estudio en comunicación vinieron a dar un equilibrio metodológico que pasó de modas y visiones particulares a meros requisitos académicos, compaginando diferentes medios de comunicación (radio, cine, televisión), en una sola visión académica. Esto provocó que los estudios sobre medios de comunicación no alcanzaran describir la realidad y se concentraran en lo cuantitativo del medio y sus consumidores. Gustavo León Duarte (2010), advierte que en México y Latinoamérica existía una obsesión por utilizar instrumentos cognitivos para las ciencias de la comunicación, generando una debilidad teórica y metodológica en el campo de las nuevas tecnologías de la información (p.74-75).

Podemos encontrar una justificación a modo de hipótesis para describir ¿Por qué las ciencias de la comunicación han desarrollado esta metodología y obviado otras? A la cual Luis Jesús Galindo Cáceres (2008) responde: que desde la sociología, la “teoría crítica de las industrias culturales”, se convirtió en el centro del discurso académico,



para determinar su importancia e influencia en la cultura, hasta hoy en día (p.118); lo importante de esta realidad, es poder abrir nuevos esquemas y análisis a los medios de comunicación escrita y que no sean solo desde una visión metodológica sobre análisis de contenido, lo que serviría para comparar estudios a nivel internacional con otros investigadores. La importancia de conocer un método de análisis, para saber qué tipo de metodología utilizan los investigadores sobre el periodismo en México, pasó como los tipos de problemas que se enfrentan los investigadores para determinar la importancia que se le presta a su realización; siendo uno de los principales inconvenientes la adquisición de información de fuentes primarias, primordialmente en el periodismo impreso, María Elena Hernández Ramírez, comenta lo siguiente:

Es claro que hasta ahora el periodismo no se ha analizado suficientemente como objeto de estudio complejo, y que en la investigación mexicana no se ha construido o reconocido tratamiento teórico-metodológico que den cuenta de la multidimensionalidad de estos fenómenos; o al menos no han sido aplicados con consistencia en el mundo del periodismo mexicano contemporáneo. (...) Entre lo que falta, sobresale la necesidad de discutir académicamente de la conceptualización que hacemos en la investigación sobre periodismo, y propiciar el reconocimiento del subcampo de estudios sobre periodismo, con la teorización que esto exige. (Hernández, 2008, p. 22-23).

Hernández Ramírez, expone que en México no existe una cultura por la investigación sobre los medios de comunicación escrita, como si lo hay en otros países de Europa y Latinoamérica, enfatizando que existe una debilidad de origen académico sobre el tratamiento de estos temas; además de una percepción negativa de esta profesión en términos éticos profesionales, aunado a un perfil académico inconsistente y desfasado con la actualidad tecnológica, principalmente en la rama del periodismo impreso al digital. Podemos ver que el estudio del periodismo en México, adolece en mucho, no solo por la utilización del análisis de contenido y en menor grado por un método desde la Economía Política de la Comunicación, primero; por no tener claro cuál es el sentido de utilizar el análisis de contenido, sin conocer los temas que se hablan en los medios y segundo, en el caso de la Economía Política, por la dificultad de obtener información personal de las relaciones entre los distintos órganos de gobierno y privado que posee la prensa en México.

Otra característica metodológica es que los temas investigados son en su mayoría de cobertura informativa, poniendo mayor énfasis en la historia del medio de comunicación, según Celia del Palacio Montiel (2006), “son muy pocos los trabajos que intentan vincular a los periódicos con su momento y explicar sus devenires en relación con los acontecimientos no solo políticos, sino sociales y económicos” (p.23), lo que genera que al final de la investigación no se profundice y se caiga en un estudio de recorrido histórico más que de análisis metodológico. Otro problema es la centralización de recursos, humanos y tecnológicos, sumado a que toda la información especializada de hemerotecas y bibliotecas que se encuentra en la zona metropolitana, lo que hace todavía más difícil de conseguir dicha la información para los estados y regiones del norte y sur de México; los pocos archivos municipales que recogen su prensa escrita en sus estados, tienen serios problemas económicos de mantenimiento y de personal especializado para la conservación de esta información que termina siendo relegada o desaparece en el mayor de los casos.

El deterioro de la información bajo resguardo, la falta de la cultura sobre la conservación de los diarios, folletos y revistas, sumado a un acceso más actualizado tecnológicamente, es lo que hace que sea difícil su estudio; la prensa como medio de difusión sociocultural en los estados más que en la capital mexicana, perderán poco a poco su patrimonio cultural y su historia escrita sistemáticamente, la información estará amontonada siendo un obstáculo al momento de necesitarla por las futuras generaciones. En el 2008, hubo intentos por parte del Gobierno Federal, para realizar un análisis de la sociedad mexicana a través de la prensa escrita, sin embargo; por la dificultad de recolectar la información en los estados se tuvo que corregir la metodología planteada al inicio del proyecto. La bibliografía que existe sobre el tema es preferentemente es antes del 2000 y se observa un mínimo de participación de investigadores mexicanos que en su caso la mayoría son extranjeros, analizando la prensa mexicana desde sus países. Este punto, se considera de gran relevancia al existir un mínimo de temas y publicaciones hechas exclusivamente por mexicanos. Existe un déficit para la investigación sobre el periodismo en México de acuerdo a las siguientes causas:

1. A la hora de investigar a nivel hemerográfico sobre periodismo en México, no se conservan los ejemplares de periódicos de difusión nacional y estatal, en algún caso porque ni siquiera se compran por la

biblioteca o archivo específico o porque ni tan siquiera llegan a distribuirse en la zona.

2. Esto denota poco interés por la investigación sobre prensa en México desde los lugares donde es propio adquirir y conservar publicaciones diarias relacionadas.

3. Denota también poco interés por los agentes sociales de que se estudien los contenidos de los periódicos.

4. No significa que la falta de interés lo sea de los investigadores, que no tienen acceso a los periódicos como fuente de información libre y gratuita.

5. Así mismo, a la hora de buscar información bibliográfica sobre Periodismo y medios de comunicación se comprueba que los libros y revistas especializadas editados y difundidos son pocos y desfasados.

6. En consecuencia se puede deducir que hay poco interés por la posterior difusión de estudios relacionados con el Periodismo.<sup>25</sup>

La investigación en México pasa por un momento de transformación, donde anteriormente un investigador celoso de su información adquirida tras pasar por miles de obstáculos metodológicos y culturales, se resistía a una colaboración profesional. Hoy en día, necesita intercambiar datos, información y conocimientos, lo que ayudará a recuperar el patrimonio cultural a través de la diversidad de opiniones libres de maniqueísmos políticos; así lo propone Arturo Merayo (2008), al decir que falta una mayor comunicación en las ciencias de la comunicación (p. 6). Merayo ve con optimismo los estudios que se realizan en Iberoamérica, aunque si percibe que existe un déficit en el intercambio de información, entre los investigadores que enfatizan más en temas bibliográficos, que en las fuentes directas para estudios de contenido. La revista *Investigación y Desarrollo* (2000), realizó la siguiente propuesta que hoy podría estar más cerca de la realidad:

Para lograr el desarrollo científico y tecnológico en México, el gobierno tendrá que promover la descentralización de las actividades científicas y tecnológicas; aumentar la formación de recursos humanos calificados; incrementar el financiamiento; (...) promover la difusión y divulgación; integrar el sistema científico y tecnológico a los sectores social, gubernamental y empresarial; y, establecer un marco legislativo adecuado en todos los niveles de gobierno.

---

<sup>25</sup> <https://www.mediterranea-> Inf loc: 20/06/2018.

El escenario sobre la investigación de los medios de comunicación y principalmente de la prensa escrita, es que el investigador no posee todos los elementos metodológicos para poder llevarla a cabo, la falta de difusión académica de sus trabajos realizados, la poca o nula existencia de la cultura de la conservación hemerográfica en los estados, hace que los profesores investigadores emigren a otros temas, donde pueden obtener la información con mayor facilidad; el estudio sobre la prensa escrita no es motivo de interés entre los empresarios, ni órganos gubernamentales, motivo que resulta ser de los más preocupantes, resultando que el investigador o modifique su tema o elija el de siempre o termine por hacer un análisis en términos generales, sin profundidad ni ganas de compartir la poca información de valor que pudo conseguir.

Coincidiendo con el diagnóstico crítico que Sánchez y Gómez (2011), hacen sobre investigación en México desde la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, se advierte que existe un vacío importante de investigación empírica en la dinámica organizativa y laboral de la producción cultural, principalmente en lo que sucede en las organizaciones relacionadas con las industrias periodísticas. Ahora bien, esto no quiere decir que no se haya hecho investigación al respecto, sino que faltan más estudios con esas características para poder seguir entendiendo y descifrando las dinámicas sociológicas que determinan el tipo de relación que poseen los profesionales de la prensa, es decir, seguir profundizando en la relación entre el estudio de la dinámica de sus relaciones institucionales. Para concluir, la investigación sobre el periodismo en México, desde un enfoque metodológico cualquiera, es difícil; solo con el apoyo institucional y una política pública de interés nacional hacia la investigación periodística, se podrá obtener un trabajo que sirva como base para un desarrollo más integral al conjunto del sistema.

## **2.2.- La formación de la prensa mexicana: contextualización**

El proceso histórico de la prensa en México, tiene una descripción específica en distintos periodos sociales,<sup>26</sup> esto porque siempre ha tenido el apoyo de grupos políticos

---

<sup>26</sup> Prácticamente desde mitad de la época colonial, aparece lo que puede denominarse como la prensa escrita, hasta la actualidad. Fue Juan Ignacio de Castorena y Ursúa quien creó, el 1° de enero de 1722, la primera publicación periódica en Nueva España que llevaba por título Gaceta de México y Noticias de Nueva España. <https://revistas.ucm.es/> inf loc: 02/09/2018. En el periodo de la dominación española, la prensa se encontraba sujeta a los designios de la Corona representada en la autoridad de los virreyes, así como por la injerencia directa de la Iglesia Católica. En la época independiente se sometían ante las embestidas de las fracciones políticas en pugna. En el Porfiriato se descubrió la fórmula perfecta para

ideologizados o grupos económicos poderosos y por momentos ha gozado de cierta libertad editorial, sin embargo; los ambientes políticos que marcaron la calidad circunstancial de la prensa, no han sido siempre los mismos en todo ese tiempo: durante el periodo colonial de 300 años después de la caída del Imperio Azteca (1521-1821), en la Nueva España, la difusión de noticias tendría un desarrollo limitado en las castas sociales ya que la información provenía principalmente de la península Ibérica, además de que era a destiempo del hecho original, ya que al momento de ser leído por los lectores habían transcurrido cerca de dos meses de un continente a otro, durante la Independencia de la Corona Borbónica Española se presentaron una gran diversidad y difusión de medios escritos a favor y en contra del proceso de emancipación de la nueva nación, durante el periodo de la República Restaurada (1877-1876), la prensa funcionó como parte del nacimiento de la identidad nacional –con muy poca o nula publicidad, caracterizándose por ser un periodismo partidista-<sup>27</sup> y durante el periodo revolucionario (1910-1917), fungió como un contrapeso directo de las distintas facciones políticas que se desafiaron durante el enfrentamiento armado, luego hasta finales de los 40 del siglo XX, la prensa mexicana funcionó como parte de la consolidación de la identidad nacional, en los cuales los intereses políticos de los gobiernos en turno controlaban de alguna forma la información y distribución e indirectamente la manera de hacer el ejercicio periodístico, estableciendo las bases del periodismo liberal que se formó en el siglo XIX y que se desarrollaron en el siguiente siglo entre ideas liberales y conservadoras.<sup>28</sup>

Entre lo positivo que dejó la Primera Guerra Mundial a México, fue la tecnología radiofónica y telegráfica que los estadounidenses incorporaron a sus empresas en territorio nacional, tras del desplazamiento de las compañías europeas,

---

acallar a la prensa: el destierro, el plomo o el cohecho. La revolución y el periodo de estabilización del régimen vuelven a polarizar a la prensa entre las fracciones revolucionarias en conflicto y pronto se establece una manera muy eficaz de controlar a la prensa mediante el control estatal en la distribución de papel, sin dejar de entregar jugosas gratificaciones mediante el soborno como pago a la lealtad al gobierno. Ello no contradice en modo alguno el hecho de que se hayan presentado muestras de independencia por parte de ciertos periodistas, cosa que derivó en diferentes formas de presión (normalmente la encarcelación, el destierro, la muerte o la cancelación de empresas) desde las estructuras estatales, pero ello ha sido más bien la excepción que la regla.

<sup>27</sup> <http://www.revistalatinacs.org>. Inf loc: 17/09/2018.

<sup>28</sup> Fernández. (1985). *Los medios de difusión masivos en México*.

situación que beneficiaría posteriormente al periodismo mexicano.<sup>29</sup> Posteriormente a la Revolución Mexicana casi al final, durante la etapa constitucionalista, junto a un incipiente Estado corporativo y capitalista, entre 1916 y 1917, nacieron los nuevos diarios de características modernas como *El Universal* y el *Excélsior* respectivamente, que se subordinaron al nuevo Estado regulador; sin embargo, perderían el monopolio del mercado de la información durante la década de los 30, al competir contra la radio, como el nuevo medio de comunicación en México, dos décadas más tarde aparecería la televisión como el medio de comunicación y entretenimiento por excelencia, que daría más competencia en las siguientes décadas entre la sociedad mexicana que la prensa escrita, que apenas estaba en un desarrollo adolescente.

Pasada la segunda mitad del siglo XX,<sup>30</sup> los medios de comunicación (la prensa, la radio y la televisión), sucumbían ante los embates corporativos del partido hegemónico en el poder, el Partido Revolucionario Institucional (PRI),<sup>31</sup> que controlaba la vida de sindicatos, obreros, campesinos, burócratas, empresarios e intelectuales; siendo por supuesto también absorbidos por el control sistémico del partido los medios de comunicación escrita, a través de: otorgamiento de certificados de litud, distribución de papel a través de PIPSA,<sup>32</sup> ya fuera mediante la represión directa, el soborno o la compra de plumas, prestamos para maquinaria, vía nacional financiera y franquicias postales.<sup>33</sup> Un ejemplo de cómo el Gobierno empezó a controlar a los medios de comunicación y en especial a la prensa escrita, fue la adquisición estatal en 1976 (al final el sexenio de Luis Echeverría Álvarez) de la cadena de periódicos más importante hasta ese entonces de América, propiedad de José García Valseca, (que en su

---

<sup>29</sup> <http://www.revistalatinacs.org>. Inf Loc: 17/09/2018.

<sup>30</sup> El número de habitantes en México durante esta época no sobrepasaba los 30 millones (según el INEGI durante los últimos 65 años, la población en México ha crecido poco más de cuatro veces. En 1950 había 25.8 millones de personas, en 2015 había 119.5 millones.) y el número de analfabetas mayores de 15 años era de 42.6 %. Los medios impresos siempre han sido un artículo propio de minorías, por lo que la lectura de la prensa estaba focalizada principalmente en los centros urbanos más importantes, Cd de México, Guadalajara, Morelia, Veracruz, Puebla. [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx) Inf loc: 20/03/2018.

<sup>31</sup> Que duraría 71 años en poder (perdió la primera gubernatura en 1989, luego la mayoría en la Cámara de Diputados en 1997 y la mayoría del Senado en 2000 junto a la Presidencia de la República)

<sup>32</sup> Productora e Importadora de Papel. S.A. PIPSA, fue creada por Lázaro Cárdenas en 1939, con fines opuestos a la que fue utilizada.

<sup>33</sup> Arce Barcelo, María Esther: <https://www.tdx.cat/bitstream/hand>. Inf loc: 18/09/2018.

momento fue comparado con su contraparte el estadounidense William Randolph Hearst); que comprendía más de 37 periódicos repartidos por toda la República Mexicana, (hoy convertidos en una de las cadenas de medios más grandes de América Latina: Organización Editorial Mexicana), posteriormente la madurez de la prensa aunado a los movimientos sociales en todo el mundo, generó un cambio paulatino en la forma de hacer periodismo y ello ocurrió distintamente según el medio.

A partir de 1968, las movilizaciones sociales subsecuentes abrieron el panorama de un inicial periodismo crítico que se vino desarrollando en los años posteriores. La radio, por su parte, tuvo su momento histórico de despegue hacia 1985 con el terremoto de la Ciudad de México el 19 de septiembre de ese mismo año, donde comunicadores y empresarios del medio abrieron la posibilidad de manifestación de las diferencias frente al régimen; porque además, resultó que la oposición o la disidencia frente a los gobiernos priistas, constituían un bien vendible, capaz de generar ingresos a sus propietarios, además resultaba muy difícil ocultar la severidad de los acontecimientos, abriendo un espacio de crítica abierta contra el Estado por su lentitud e ineficacia ante el desastre natural y el número tan alto de fallecidos. Esta benevolencia de la prensa mexicana hacia el Estado Mexicano, solo se puede comprender por los apoyos que siempre han tenido por parte del régimen político, la aparición y desaparición de diarios, no se puede comprender sin el respaldo del Estado o del presidente en turno, cada presidente traía consigo uno o más diarios durante su gestión, de la misma manera que desaparecían los periódicos nacidos en el sexenio anterior; según Granados Chapa (1972),<sup>34</sup> México no es una dictadura, sin embargo, es más fácil luchar por la democracia contra un dictador, ya que allí está claro cuál es el objetivo. ¿Cómo lucha uno por la democracia, cuando el país se ostenta como tal?

La prensa mexicana nunca funciona como puente entre quienes gobiernan y quienes son gobernados, ni es espejo de la sociedad. Es el medio por el cual las élites se comunican entre sí. La mayor parte de la prensa mexicana no responde a las necesidades y reclamos populares, puesto que no está en contacto con ellos. La prensa se ha convertido en vocero para los que detentan el poder y no escucha al ciudadano común y corriente. En síntesis, la mayor parte de los medios está lejos de ser libre.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> [www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx) Inf loc: 27/09/2018.

<sup>35</sup> <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx>. Inf loc: 27/09/2018.

La muy relativa apertura de la televisión, bajo un duopolio de las televisoras más importantes del país (TV Azteca y Televisa), es todavía más reciente y se dieron por varios porqués: 1.- La paulatina democratización del país, a partir de procesos electorales más confiables y creíbles, donde la liberalización de la opinión pública controlada por el Estado, que por décadas estuvo bajo el dominio económico y político desde sus orígenes. 2.- Por el cambio analógico al digital, el cual abrió nuevos espacios a nuevos sectores empresariales privados -que tampoco escapaban hay que decirlo-, al criterio comercial de la información de carácter político-. Con todo esto, la prensa había tenido por un largo tiempo la primicia de ser el interlocutor casi único al Estado, de manera que la sociedad civil había quedado marginada de los espacios de diálogo y discusión, salvo en los últimos años, en que la tendencia a la apertura se ha venido generalizando con tropiezos; es decir, los gobiernos en turno han ido implantando mecanismos informales para limitar la libertad de información, como fue el caso del golpe orquestado por el Presidente Luís Echeverría en 1976 al diario *Excélsior*, dirigido por Julio Scherer García en aquel entonces, que marcaría un parte aguas en el futuro del periodismo mexicano.<sup>36</sup>

A partir de este suceso, diversas publicaciones nacieron: *Proceso*, *Vuelta*, *Letras Libres*, el cual ha sido uno de los momentos más estudiados y analizados por investigadores sobre el periodismo en México, esto generó una inusitada crítica hacia el sistema político, nunca antes visto en la historia de los medios en México; la crítica al autoritarismo había iniciado, esto sería a la postre parte de las relaciones entre medios, “priismo” y los subsecuentes partidos en el Gobierno. Estas publicaciones de contenido cultural y político, también marcarían el principio de los orígenes de la prensa escrita actual en México, la cual se daría por coyunturas entre el poder político y grupos económicos que buscaban tener un espacio en la cobertura mediática que se vislumbraría en las próximas décadas; los grupos empresariales también buscarían ingresar al nuevo tipo de periodismo político, al mismo tiempo que buscaban dividendos económicos, como el Grupo Reforma de Monterrey.

---

<sup>36</sup> Con la salida del *Excélsior* de la mayoría de los periodistas se fundaría el diario *Uno Más Uno*, que a la postre también saldrían para fundar el diario *La Jornada*.



En este contexto, el binomio de derecho a la información y la libertad de expresión, establecidos en los artículos 6º y 7º de la Constitución Mexicana, ha suscitado desde sus orígenes un interés público y académico, siendo hasta la fecha un tema de debate entre los propios periodistas, intelectuales y gobernantes, desencadenado múltiples fricciones entre el presidente en turno o los gobiernos estatales con los medios impresos principalmente. Existe una relación entre algunos medios de comunicación y el poder político, donde lo político y económico se unen de forma impalpable, otorgándoles concesiones, permisos, publicidad; de manera discrecional a cada periódico, otros lo ha demandado y criticado lo que por años de régimen priista se sabía que existía como el control comercial hacia el *Excélsior* o *El Universal* por ejemplo. La exigencia de algunos diarios desde entonces, ha sido la de reglamentar el porcentaje de publicidad asignada por el Gobierno y de la cual muchos de ellos sobrevivían.<sup>37</sup> Un ejemplo de distribución del gasto federal en publicidad oficial por tipo de medio y proveedor en el sexenio 2012-2018, se muestra a continuación:

**Distribución del gasto federal en publicidad por tipo de medio. (Millones de pesos)**

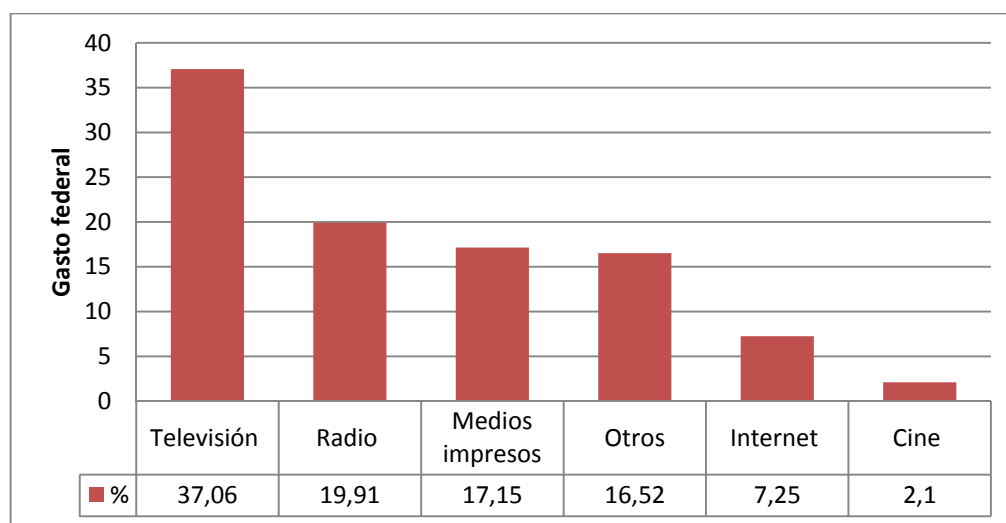


Gráfico1. Fuente: CompraNET. Elaboración propia.

<sup>37</sup> Durante el anterior sexenio 2012-2018, los proveedores que más recibieron publicidad oficial fueron Grupo Televisa (17.07%), TV Azteca (9.87%), Estudios Churubusco (3.34%), la agencia de publicidad Starcom Worldwide (3.15%), *El Universal* (2.69%), y Grupo Fórmula (2.69%), que en conjunto concentran el 38.81% (14 mil 073 mdp) del total del gasto. De 1163 los proveedores en publicidad oficial, solo 10 proveedores concentraban el 49% del gasto público. El monto de contratos otorgados por el gobierno federal durante el sexenio pasado a *La Jornada* fue, a través de Demos Desarrollo de Medios S.A de C.V/ *La jornada* fue de: \$341, 918,480.68. Fuente: CompraNET. <https://sites.google.com/site/cnetuc/contrataciones>. Inf loc: 28/02/2019

**Distribución del gasto federal en publicidad oficial por tipo de medio y proveedor.**  
**(Millones de pesos mexicanos).**

<b>MEDIO</b>	<b>GASTO TOTAL</b>	<b>% TOTAL PARA ESE TIPO DE PROVEEDOR</b>	<b>% GENERAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TELEVISIÓN</b>	\$3,688.46	100 .00	37.08%	
TELEVISA, S.A. DE C.V. (GRUPO TELEVISA)	1,602.61	43.45		16.11
ESTUDIOS AZTECA, S.A DE C.V.	1,119.76	30.36		11.26
PERIÓDICO EXCÉLSIOR, S.A DE C.V	147.48	4.00		1.48
AGENCIA DIGITAL, S.A DE C.V.	84.05	2.28		0.85
OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN, S.A DE C. V. (CANAL 40)	81.63	2.21		0.82
GRUPO TELEVISA, S.A (CORPORATIVO)	67.23	1.82		0.68
STARCOM WORDWIDE, INC (PROMOTUR) (NEWYORK, EUA)	65.12	1.77		0.65
TELEFÓRMULA, S.A DE C.V. (RADIO)	54.43	1.48		0.55
IMAGEN SOLUCIONES INTEGRALES, S.A DE C. V.	49.49	1.34		0.50
RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO	32.30	0.88		0.32
RESTO DE LOS PROVEEDORES (73)	384.36	10.42		3.86
<b>RADIO (19.91%)</b>	Gasto: \$1,980.44			
GRUPO RADIO DIFUSORAS, S.A DE C. V. – GRUPO FÓRMULA-	254.30	12.84		2.56
COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS IMAGEN, S.A DE C.V.	250.50	12.65		2.52
GRC COMUNICACIONES, S.A DE C.V.	189.39	9.16		1.82
NRM COMUNICACIONES, S.A DE C.V. / PROMOTORA DE RADIO/NÚCLEO RADIO MIL	151-13	7.63		1.52

RADIORAMA, S.A DE .C.V.	106.31	5.37	1.07
STEREO REY MÉXICO, S.A.	57.24	2.89	0.58
MEGACIMA RADIO,S.A DE C.V.	55.75	2.82	0.56
PERIDÓDICO EXCÉLSIOR, S.A DE C. V.	55.09	2.78	0.55
MULTIMEDIOS, S.A DE C.V.	52.24	2.64	0.53
GRUPO ACIR NACIONAL, S.A DE C. V. LIDER NACIONAL EN RADIO	51.35	2.59	0.52
RESTO DE PROVEEDORES	764.75	38.62	7.69
MEDIOS IMPRESOS GASTO \$1,705.33 (17.15%)			
EL UNIVERSAL CIA PERIODISTICA NACIONAL, S.A DE C. V.	196.69	11.53	1.98
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A DE C.V. (VARIOS PERIÓDICOS)	125.78	7.38	1.26
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S. A DE .C. V	117.87	6.91	1.19
PERIÓDICO EXCÉLSIOR, S.A DE .C V.	115.51	6.77	1.16
MAC EDICIONES Y PUBLICACIONES, S.A DE C.V. (PERIÓDICO Y REVISTA)	105.41	6.18	1.06
MILENIO DIARIO, S.A DE C. V.	96.43	5.65	0.97
LA JORNADA DEMOS DESARROLLO DE MEDIOS, S.A DE .C V.	89.73	5.26	0.90
EDICIONES DEL NORTE, S.A DE C.V./DIARIO REFORMA	69.57	4.08	0.70
LA CRÓNICA DIARIA, S.A DE C. V.	69.12	4.05	9.69
EL FINANCIERO MARKETING, S.A DE C.V.	68.15	4.00	0.69
RESTO DE PROVEEDORES (491)	651.08	38.18	6.65
OTROS (16.52%) GASTO: \$1,643.48			

SISTEMA PÚBLICO DE RADIO DIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO (ANTES OPMA)	186.41	11.34	1.87
ESTUDIOS CHURUBUSCO AZTECA, S.A.	156.65	9.53	1.57
CORPORACIÓN DE MEDIOS INTEGRALES, S.A DE C.V.	119.45	7.27	1.20
STARCOM WORLDWIDE, INC (PROMOTUR) (NEW YORK,EUA)	109.44	6.66	1.10
COMERCIALIZADORA IMU,S.A DE C. V.	81.47	4.96	0.82
OLABUENAGA CHEMESTRI, S.A. DE C. V.	53.41	3.25	0.54
MUNDO VET COMERCIAL, S. A DE C. V.	49.59	3.02	0.50
5M2 ANDENES S.A.P.I DE C. V./CINCO M DOS, ANDENES	42.94	2.61	0.43
ISA CORPORATIVO, S.A DE C, V.	36.12	2.20	0.36
PROMO 1000 MEDIOS, S.A DE C.V.	24.58	1.50	0.25
RESTO DE PROVEDORES (438)	783.42	47.67	7.88
INTERNET (7.25%)	GASTO: \$720.78		
EL UNIVERSAL CIA PERIODÍSTICA NACIONAL	114.20	15.84	1.15
5M2 DIGITAL,S.A.P.I DE C.V.	54.55	7.57	0.55
CONSORCIO EDITORIAL DIGITAL ETREA, S.A.P.I DE C. V.	46.04	6.39	0.46
AGAVIS DIGITAL,SC	37.87	5.25	0,38
EL SOL DE MÉXICO,S.A DE C.V.CIA PERIODÍSTICA	29.44	4.08	0.30
INVENT MX, S.A.P.I. DE C.V.	26.00	3.61	0.26
ABACO METRICS, SC	22.64	3.14	0.23

PERIÓDICO DIGITAL	22.25	3.09	0.22
SENDERO, S.A DE C. V.			
EDITORIAL	21.33	2.96	0.21
TELEVISA,S.A DE C.V (REVISTAS)			
PRODIGYMSN DE	19.89	2.76	0.20
MÉXICO, S DE R.L DE C. V.			
RESTO DE LOS	326.59	45.31	3.28
PROVEEDORES (295)			
CINE (2.10%)	GASTO: \$208.42		
RACK STAR, S.A. DE C. V.	109.43	52.51	1.10
MIKASA FILM, S.A DE C.V	18.29	8.78	0.18
COMERCIALIZADORA PUBLICITARIA TIK,S.A DE C.V.	16.44	7.89	0.17
MEXICANOS Y	13.98	6.71	0.14
AMERICANOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN, S. A DE C. V.			
STARCOM	10.76	5.76	0.11
WORLDWIDE, S.A DE C.V.			
GRUPO RABOKSE,S.A DE C.V.	8.98	4.31	0.09
AP&H COMUNICATION GROUP,S.A DE C.V.	7.17	3.44	0.07
CANAL URBANO, S.A. DE C.V.	4.93	2.36	0.05
OLABUENAGA CHEMISTRI,S.A DE C.V.	4.65	2.23	0.05
IMAGINACIÓN Y	4.27	2.05	0.04
ACCIÓN MX, S.A DE C. V.			
RESTO DE	9.53	4.57	0.10
PROVEEDORES (8)			

Tabla 2.- Fuente: Castaño, Paulina (2017). “Contar lo bueno cuesta mucho”

Durante el sexenio de López Portillo (1976-1982), se modificó un párrafo de la Constitución donde se establecía que “el derecho a la información será garantizado por el Estado”, lo que fue un pretexto para el control de los mismos, al momento de asignar publicidad, créditos, etc. Bajo la idea de que si les pagaba a los medios, no debían de criticar al Gobierno, como fue el caso de la revista *Proceso* y su cancelación de publicidad oficial. Durante el siguiente sexenio con Miguel de la Madrid se intentó censurar legalmente a los medios impresos que criticaran al Gobierno, presentando una

iniciativa de ley para el extinto Distrito Federal, e interior de la República conocida como “delito de informar”, la cual no prosperó en el Congreso de la Unión -afortunadamente- dicha iniciativa tipificaba como “delito de deslealtad” a todo aquel funcionario que entregara información a la prensa. Todo ello ocasionó mayores restricciones en la distribución del papel, así como publicidad oficial en los medios escritos, lo que vino a generar un descontento entre los medios alineados y no alienados al sistema político. Durante el sexenio de Salinas de Gortari (1988-1994) en 1990, el Gobierno liberó la venta de papel, poniendo a la venta PIPSA<sup>38</sup>, la entrada a un nuevo esquema de mercado internacional, por parte de su gobierno, propició el inicio de la privatización masiva de empresas paraestatales a firmas extranjeras -buscando eficiencia y calidad-, abriendo al mismo tiempo el campo a las empresas periodísticas a la competencia internacional.

La liberación provisional de la importación del papel propicio un acucioso análisis en torno a la vigencia de PIPSA, que incluía discusiones referentes a la modernización del periodismo en México y a su incorporación en los esquemas empresariales globalizadores. (Zacarías, 1985, p.79).<sup>39</sup>

Diarios como *La Jornada* se opusieron a la privatización de PIPSA, argumentado que ese fue uno de los principios fundacionales de la paraestatal, exponiendo que era un insumo básico para una sociedad y no solo para la prensa escrita, dejándolo ahora a las reglas del capitalismo salvaje, dentro de un marco de privatización que el país emprendió durante el siguiente sexenio con más fuerza; los gobiernos siguientes iniciarían de forma incipiente, acciones que buscaban una sana distancia con los medios, la premisa era que el diario que más vendiera se le daría mayor asignación publicitaria -aunque esto no fue real-, se apoderó como principio dogmático (ante la caída del socialismo ruso), del nuevo capitalismo neoliberal. La venta de medios estatales como Imevisión, (hoy TV Azteca), así como el diario *El Nacional* que dejó de publicarse en 1998 y que había nacido en 1928, como órgano de difusión del antiguo PNR (Partido Nacional Revolucionario), vendría como parte de este nuevo esquema económico en México.

---

<sup>38</sup> La cual se vendió finalmente en 1998. El grupo industrial Durango (PISPA-MEX), se quedó con ella finalmente.

<sup>39</sup> Zacarías Armando. El papel del papel de PIPSA en medios mexicanos de comunicación. Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 25-26, septiembre 1995-abril 1996, pp. 73-88. <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx> Inf loc: 18/09/2018.

La distribución de la prensa en México se ha desarrollado a partir de zonas geográficas económicas, la pobreza o riqueza en algunas regiones va de la mano al nivel de su producción, quedando muy ejemplificado que la concentración de diarios es mayor en la zona metropolitana con un 70 %; manteniendo una estructura jerárquica en su distribución, aunque es posible obtener diarios “nacionales” en cualquier parte de México, la distribución se concentra en ciertas zonas económicas: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, como primer bloque de mayor distribución, seguido de Puebla, Veracruz y Tamaulipas, el resto depende de la cantidad de población que tenga cada región. Si las regiones dependieran de la cantidad de veces que hablan sobre sus problemas en los diarios, solo sobresaldría la Ciudad de México, casi toda la República les es indiferente a excepción de la zona metropolitana.

Empero, en México, se presenta difícil conocer el número de electores, propiedad y nivel de circulación exacto porque no hay un índice de publicaciones completo y fiable (cada diario en línea publica un tiraje distinto al número de lectores, en la idea de que por cada diario lo leen diez personas, el Instituto Nacional Electoral - INE-, tiene un estudio de medios distinto al oficial del Padrón Nacional de Medios Impresos -PNMI-), es decir, aún falta mucho por ordenar, aunque poco a poco se van llenando estas lagunas de información desde el ámbito académico y científico. Por otra parte, la mayor distribución y circulación de los diarios corresponde a las entidades más pobladas, superiores a los tres millones de habitantes, por lo que se considera que México posee una circulación centralizada y baja regionalmente, comparada con otros países proporcionalmente. Existe una dispersión de la prensa cualitativamente, al mismo tiempo que la cantidad de diarios en México no determina una pluralidad, ni cobertura periodística, teniendo una distribución heterogénea y un tiraje con cifras desiguales oficialmente. Bajo este panorama ambiguo, el investigador y académico Raúl Trejo Delabre, comenta que México es un país con muchos periódicos y pocos lectores,<sup>40</sup> existe una prensa, supeditada bajo distintos niveles de Gobierno que la sostienen económicamente a través de la publicidad más que lectores activos.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Entrevista realizada. 15/02/2018. Ver anexos.

<sup>41</sup> De 2013 a 2016, la administración de Enrique Peña Nieto ha ejercido más de 36 mil 261 millones de pesos en publicidad oficial. Entre 2013 y 2016, el gasto aumentó en un 31.21% pasando de 8 mil 154 mdp a los 10 mil 699 mdp. Las cifras están disponibles en: <http://www.gob.mx/sfp/documentos/gastos-de-comunicacion-social>. Inf loc: 21/03/2019.

Durante todo este periodo histórico, si bien apenas 5.7% de los diarios nacieron entre 1898 y 1940, desde 1941 la prensa diaria mexicana aun contra todos los avatares no ha dejado de incrementar la cantidad de títulos. Con relación a los diarios nacidos entre 1941 y 1970 se registraron 220 diarios en circulación. Sin embargo, el verdadero incremento de la prensa tuvo lugar en el período comprendido entre 1971 y 2010 puesto que en ese período se consignan 307 diarios en circulación. Dicho de otro modo, la prensa diaria ha mostrado un dinamismo al triplicar su cantidad de títulos entre 1941 y 1961 y, que a su vez, la volvió a triplicar entre 1971 y 2010. (García, 2013, p. 82). Según el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI),<sup>42</sup> en México circuló en 2010, un total de 822 publicaciones de todas las periodicidades incluidas. Aquellas que registran un mayor número de títulos son las diarias, mensuales y semanales, sobresaliendo 280 diarios aproximadamente y siendo la Ciudad de México el lugar donde más publicaciones periódicas existen, con un 38% de todo el país.

Con el aumento del nivel de alfabetización en México,<sup>43</sup> en las últimas décadas podríamos suponer un aumento en el consumo de la prensa escrita, contradictoriamente a partir de 1990 los medios de comunicación tradicional como la prensa en el mundo occidental, tuvieron un drástico cambio en su economía y hábitos de lectura, por el advenimiento de las nuevas tecnologías,<sup>44</sup> donde se ha llegado a decir que existe una crisis en el periodismo y su posible desaparición por la era digital:

En Estados Unidos la tendencia es mutar hacia lo virtual. En América Latina donde el mercado de periódicos ha tenido un ligero crecimiento en los últimos años, existen cambios hacia los dos lados. *Reporte Índigo* realizó una transición que pareció retar a los apocalípticos del papel: pasó del mundo digital al impreso. Su apuesta fue doble, crear una interdependencia entre el “contenido” digital y el impreso y convertir su

---

<sup>42</sup> Fue creado en 2003 y es auspiciado por la Segob a través de la Subsecretaría de Normatividad.

<sup>43</sup> Al 2010, el grado promedio de escolaridad a nivel nacional era de 8.6, lo que equivalía a un poco más del segundo año de secundaria, para 2015 este indicador se ubica en 9.1. Fuente INEGI. Encuesta Intercensal 2015. Inf loc: 28/05/2018.

<sup>44</sup> No obstante durante el sexenio 2012 -2018, la distribución del gasto por tipo de medio, los recursos en publicidad oficial principalmente se destinaron a la televisión, seguido de la radio y los medios impresos, conservando una tendencia del gasto estable. En promedio, la televisión recibió el 35% de los recursos totales ejercidos (12 mil 705 mdp); la radio 19% (6 mil 939 mdp); y los medios impresos el 17% (6 mil 153 mdp). - El gasto en la Internet sigue siendo marginal en comparación con los demás medios oscilando entre un 5% y 7%, esto es, entre 470 mdp y 720 mdp. <http://www.presidencia.gob.mx/cuartoinforme/>. Inf loc.21/03/2019.



versión en papel en un objeto de culto. Periódicos más grandes como el *Reforma* en México y *Folha do Sao Paulo* en Brasil han acortado su versión impresa, ampliado su versión digital y puesto candados en ciertos contenidos. Este modelo ha resultado plausible pero denigrante para los apóstoles del papel. (Lezama: 2015, p.15).<sup>45</sup>

El origen de los grupos editoriales en México es diverso, primero están los tradicionales que provenían de familias pudientes, con diversos diarios en toda la República: *El Imparcial*, *El Diario* de Yucatán, *El Siglo* de Torreón, entre otras más. Algunos se han mantenido en sus actuales regiones de distribución, mientras que otros ya han cerrado por falta de liquidez, actualmente los principales grupos editoriales que dominan el mercado de la prensa son: Grupo Reforma (editora de los diarios *Reforma*, *El Norte*, *Mural*, y *Palabra*, entre otros), Demos Desarrollo de Medios S.A.C.V (edita *La Jornada* entre otros seis diarios más, principalmente en la parte centro del país); Estrella de Oro (edita diarios y revistas *Milenio*, diarios regionales, además de emisoras de radio y televisión) y Organización Editorial Mexicana (editora de diarios de la cadena *el Sol*, *La Prensa*, *Esto* y emisoras de radio y televisión). Si bien existen diarios regionales en la República Mexicana, no dejan de tener una presencia decisiva en la estructura del mercado, mediante sus productos locales. En la actualidad los diarios de prensa escrita más importantes son los mismos que hace 6 años.

#### Primeros 15 diarios según su circulación en México en el 2018.

Lugar/edit./año	Nombre	Grupo empresarial	Circulación pagada y gratuita	Circulación total
1.- DF.1928	<i>La Prensa</i>	OEM	244.299	244.300
2.- DF.1997	<i>Metro</i>	Grupo Reforma	195.102	195. 102
3.- DF.2008	<i>Más por Más</i>	Más información con más beneficios	150.000	150.000
4.- DF.1947	<i>Ovaciones</i>	Editorial Ovaciones	148.018	148.018

<sup>45</sup> Emilio Lezama. El periodismo 2.0: El periodismo ante la globalización. *Revista Letras Libres*. 03/11/2015. <https://www.letraslibres.com/mexico-espana>. Inf loc: 20/09/2018.

<b>5.- DF. 1993</b>	<i>Reforma</i>	Grupo Reforma	146.309		146.309
<b>6.- Mty.1938</b>	<i>El Norte</i>	Grupo Reforma	142.569		142.569
<b>7.- DF. 1941</b>	<i>Esto</i>	OEM	139.712		139.712
<b>8.-DF.1922</b>	<i>El Universal</i>	El Universal	138.291		138.291
	<i>Gráfico</i>	Compañía periodística nacional			
<b>9.-DF.- 1981</b>	<i>El Financiero</i>	El financiero	91.923	27.299	119.222
		S.A de C.V			
<b>10.- DF. 2002</b>	<i>Récord</i>	Notmusa S.A	105.339	10.074	115.413
		C.V			
<b>11.- DF.1984</b>	<i>La Jornada</i>	Demos,	107.666		107.666
		Desarrollo			
		Medios			
<b>12.-DF. 2006</b>	<i>Publimetro</i>	Publicaciones		104.223	104.223
		Metro			
<b>13.-Gdj.2000</b>	<i>El Tren</i>	Unión		101.868	101.868
		editorialista			
<b>14.-DF. 1998</b>	<i>Estadio</i>	Mac Ediciones y	75.071	12.033	87.104
		Publicaciones			
<b>15.- Mty. 1988</b>	<i>Metro</i>	Grupo reforma	86.684		86.684

Tabla 3.- Fuente: IFT. 2018.

La supremacía entre ellos podría medirse no solo por las ventas o distribución de diarios, sino por el nivel de facturación que llegan a poseer, dicha información es difícil de conseguir para la investigación académica de forma actual, aunque existen medios especializados como la revista de negocios *Expansión*, que presentan ciertos datos que son utilizados como referente de sus ventas. Es probable que OEM y Grupo Reforma se

disputen el liderazgo en cuanto a facturación total, incluyendo los diarios que poseen en la República Mexicana, derivados de la circulación diaria o por publicidad.

### **2.2.1.- Concentración de la propiedad en los medios de comunicación y telecomunicaciones durante el neoliberalismo en México**

Después de Brasil, México es la segunda economía latinoamericana en mayor importancia, además de tener una demografía de 124 millones en la actualidad, superior a las demás naciones del subcontinente; además posee el antecedente de ser el primer país en firmar en 1994, un acuerdo de libre comercio con los EUA y Canadá, el cual le dio una apertura arancelaria y ventaja sobre los beneficios comerciales macroeconómicos sobre sus vecinos latinos, fortaleciendo la ya iniciada concentración de medios de comunicación en el top de diez de empresas dominantes en el país. Sin embargo, en la actualidad, su industria mediática proporcionalmente, no tiene los niveles de consumo y distribución que Chile, Argentina, Brasil o Uruguay, países que poseen una industria más abierta y de mayor consumo, aun cuando su economía se recuperó de la crisis endémica de mediados de los 90, conocida como “efecto tequila”; México es un gigante con problemas de comunicación homogénea, en una contradicción primigenia del derecho a la información pluralista, para las primeras décadas 2000-2018, estos eran los costos y beneficios de la industria de telecomunicaciones en México:

#### **Estructura económica del sistema mediático en México.**

<b>México</b>	Facturación (mlls dlls USA).	Ejemplares vendidos /conexiones.	Cada. 1000 hab	Acceso comparativo per cápita 2004/2000 (en %)
<b>Libro</b>	2.751.352	135000000	1277,2	18,3
<b>Disco</b>	400063	56300000	532,6	-22,5
<b>Cine</b>	666444698	139000000	1315,0	42,1
<b>Prensa</b>	959161356	128478175	1215,5	-80,7

<b>Radio</b>	413185840,7	220000000	208,1	-37,3
<b>TV</b>	2223919300	21149000	200,1	-24,2
<b>Tv de pago</b>	686568588	4772000	45,1	52,3
<b>Telefonía básica</b>	10727251824	19200000	181,6	43,6
<b>Telefonía móvil</b>	5897526937	38190000	361,3	150,1
<b>Internet</b>		14036000	132,8	403,9
<b>Subtotal IC</b>	4952431198			
<b>Total</b>	21577209959	578125175		
<b>PBI</b>	617902000			
<b>PBI per cápita</b>	5845,8			

Tabla 4.- Fuente: IPyS.

No obstante, “al igual que Brasil, el acceso *per cápita* a bienes y servicios de la información y comunicación, es una debilidad directamente ocasionada por la desigualdad económica” (Becerra, Mastrini. 2009, p. 131). Sectores como la prensa presentan un retroceso en sus ventas, desde el 2004 a la fecha, junto a la televisión abierta y la radio; pero por otra parte se ve un aumento considerable en el rubro de telefonía móvil, internet, y televisión por cable. El aporte económico al PIB de las telecomunicaciones es mayor que las industrias culturales tradicionales, aun cuando existe una institucionalidad sólida en estas aéreas de ocio y entretenimiento. Pero la distancia que hay entre la facturación entre ambas industrias, se observa con mayor diferencia entre la televisión y la prensa escrita; comparada con otros países latinos estas dos áreas es más proporcional, en México la televisión abierta, origina mayores ingresos que la industria del papel.

En México la concentración mediática es sin duda una de las más altas en el mundo, ha estado controlada solamente por tres grandes grupos nacionales (un duopolio televisivo -Televisa y TV Azteca- y un monopolio en las telecomunicaciones de telefonía celular -Telmex).<sup>46</sup> Este último grupo, propiedad de uno de tres hombres más

<sup>46</sup> Los medios de comunicación y las telecomunicaciones pueden ser separados conceptualmente, no obstante, en la actualidad utilizan los mismos soportes para su difusión, según el Dr. Raúl Trejo Delarbre “el espectro radio eléctrico, que básicamente se refiere a ese espacio alojado en la atmósfera. Este espacio es quizá explica, el recurso natural más cotizado del mundo, porque es finito. Tiene que haber un estado que le administre venta y alquile caro”. <https://pijamasurf.com/> los medios en México-concentración-digitalización-reforma. Inf loc: 28/03/2017.

ricos del planeta Carlos Slim Helú. Para el 2010 había 112 millones de mexicanos según el censo nacional del INEGI, 28 millones de ellos contaban con un televisor en sus casas; nueve de cada diez hogares contaban con un aparato radio receptor, al respecto existe la hipótesis que esta disminución porcentual, es porque de cada cinco hogares solo uno cuenta con vehículo, en el entendido que es el espacio de consumo preferido de la radio.<sup>47</sup>

Por otra parte, el consumo de diarios y revistas es menor que la televisión y la radio, ya que existe un analfabetismo funcional, aun cuando se ha incrementado su edición y venta; pese al crecimiento continuo de la educación formal, las tasas de lectura no registran incremento. Las noticias políticas, principal insumo de un periódico formal, adolecen de confianza en la percepción del público general debido a una historia de tradición epistolar entre el poder político y los periódicos, no obstante, la información que se da del tiraje real, es desconocida por la tradición del propio mercado de inflar los datos. Un ejemplo de ello es el periódico *Excélsior* que en la década de los 70, alcanzaba un tiraje alrededor de los 250,000 ejemplares, pero por su línea editorial crítica hacia el Gobierno en turno generó una crisis de ventas, al tiempo que dejaba de difundir publicidad gubernamental.<sup>48</sup> Lo que significa que la verdadera demanda no estaba en los lectores, sino en la agenda de gastos en comunicación social por parte del régimen del Presidente Luis Echeverría.

El proceso de real competencia comercial y económica entre la prensa en México se daría durante la década de los 90 en el siglo XX, a partir de la liberalización y privatización del mercado junto al desarrollo de las nuevas directrices de economía política que se seguirían conforme a los lineamientos de los organismos

---

<sup>47</sup> Para el 2000 había 1046 estaciones de radio concesionadas a empresas privadas y más de la mitad pertenecían solo a 10 grupos empresariales. Los más grandes son Radiorama, ACIR, con las  $\frac{3}{4}$  partes de las radiodifusoras, le siguen Radio Cima, Sociedad Mexicana de la Radio, Organización Radio Fórmula, Multimedios Estrellas de Oro y Radio S.A, Promosat de México, MSV-Radio. La radio en México estaba bajo el control de estos grupos empresariales, de los cuales 5 han sido los dueños de más del 50% de las estaciones del país, (*Revista Mexicana de Comunicación*. Número 33. 2003). Las opciones de información estaban bajo los intereses de estos grupos empresariales. Los medios como contraparte del proceso de democratización en México 2004: <https://trejo.wordpress.com>. Inf loc: 28/04/2017.

<sup>48</sup> El mercado publicitario en México en las industrias culturales presenta una alta influencia en la televisión pública con respecto a la facturación con un 60 % aproximado de ingresos, mientras que la prensa posee una baja facturación con un 20 %, mientras que la radio factura en publicidad el otro 20%. (Mastrini, Becerra, 2006, p. 204).

internacionales.<sup>49</sup> Para principios del 2000, el proceso de crecimiento económico de los periódicos estaba en su pleno apogeo y muestra de ello es la siguiente tabla al respecto.

**Desarrollo económico de los principales periódicos nacionales en México a principios del siglo XXI.**

<b>Grupo</b>	<b>Facturación (Mlts de Dlls, us)</b>	<b>Porcentaje de facturación</b>	<b>de Ejemplares vendidos (circulación)</b>	<b>Porcentaje de circulación</b>
<i>El Universal</i>			170.356	10.12%
<i>Excélsior</i>			200.000	11.88%
<i>Grupo Reforma</i> <sup>50</sup>	208.8		277.166	16.46%
<i>La Jornada</i>			106.000	6.29%
<b>Sub total de 4 diarios principales</b>			753.522	44.77%
<b>Total de mercado</b>	541	100%		100%
<b>Razón de concentración de facturación (C)</b>		sd	Sd	Sd
<b>Razón de concentración de audiencia (C)</b>				0,4

Tabla 5.- Fuente: (Mastrini, Becerra, 2006, p. 206).

<sup>49</sup> Las directrices filosóficas están asociadas a los trabajos de los economistas liberales Friedrich Hayek y Milton Friedman (1912-2006). También representan y se asocian al conjunto de políticas económicas introducidas por Margaret Thatcher en el Reino Unido y Ronald Reagan en los Estados Unidos respectivamente. En la actualidad mantiene sus connotaciones negativas y es utilizado por sus críticos como una condena general al liberalismo económico y sus políticas, esto es, la privatización de empresas estatales y la apertura y desregularización de los mercados.

<sup>50</sup> Incluye todos los diarios del grupo.

El acceso a la información sobre el comportamiento económico de las empresas periodísticas está muy restringido, podríamos suponer algunas hipótesis al respecto, como la relación con partidos políticos con el Estado, así como con grupos empresariales coludidos con el narcotráfico y el blanqueo de capitales de los mismos. Lo anterior establece sin duda un parámetro de análisis donde esta industria pasa por una evolución en su consumo, así como de igual forma en la distribución de sus productos al mercado nacional. Los consorcios mediáticos Televisa, TV Azteca y Telmex, poseen una influencia en los mercados hispanos parlantes de la Unión Americana, centro y sur de América, así como en algunos países de Europa; obstaculizando la entrada de empresas extranjeras en este rubro, como fue el caso de la empresa española Telefónica. Sus debilidades comparadas con los demás países del cono sur, se presentan en los parámetros de libertad de expresión (un ejemplo negativo es que México posee la estadística más alta en muertes a periodistas, según la UNESCO), derecho a la libre información, ocasionados por el alto nivel de concentración de la propiedad de medios que existe, junto a un entramado antropológico a nivel de relaciones con el poder político.

La desigualdad económica en el ingreso de los trabajadores, repercute en el acceso relativamente bajo a los bienes y servicios de cultura, de información y de comunicación. La prensa en México, no tiene los alcances de concentración como los conglomerados mediáticos telecomunicaciones (Televisa, TV Azteca, y Telmex), pero tiene importantes grupos dominantes en este rubro como son (Grupo Reforma, Organización Editorial Mexicana y Grupo Estrella de Oro), sin embargo; el país posee elementos que le posibilita tener una presencia importante en el mercado de la comunicación: posee una demografía entre las más altas hispanoparlantes, su geografía estratégica con los vecinos del norte, un mercado potencial de consumidores hispanos (30 mlls), además de ser un interlocutor, referencia y modelo (de la lógica comercial que imprimen en sus actividades las compañías norteamericanas), entre los demás países de habla hispana del continente americano.

Finalmente, luego del cambio de partido en el Gobierno (2000), luego décadas de dominio de una sola visión política, dio como resultado, que las empresas mediáticas se consolidaran en cuasi hegemónicas en los sectores de medios más tradicionales (prensa, televisión pública, telefonía fija), en la actualidad el desarrollo del internet

posibilita el crecimiento paulatino y con mayor beneficio económico, así como el de la telefonía móvil y de la televisión por cable; en un país donde la brecha económica se amplía por la agresiva distribución de la riqueza. Contra un porcentaje pobre de lectura periodística donde solo el 22% lee todo los días, un 18 % varias veces la semana, un 17 % una vez la semana, un 3% varias veces al mes, contra un 37% que lee ocasionalmente un periódico.<sup>51</sup> El dominio de un solo partido político, generó una cultura de relaciones feudales hacia el Presidencialismo Mexicano, ocasionando un control basado en todo tipo de relaciones ilícitas, asegurando su dominio en pequeños grupos empresariales ofreciendo su lealtad, al mismo tiempo que el Gobierno les permitía realizar negocios a costa del erario público en un sistema económico, sin normas legales claras y de ventaja para los inversionistas nacionales y extranjeros.

### **2.2.2.- Índices de concentración dentro de la estructura económica en los medios de comunicación en México**

La prensa escrita, siendo el primer medio de comunicación masivo, fue el primero que sentó las bases de un sistema elitista concentrado y que paulatinamente fue pasando de la propiedad familiar al control corporativo, lo que provocó un problema fundamental de concentración de medios en su mercado. A continuación podemos diferenciar cinco acepciones al respecto:

- Operaciones de concentración o integración empresarial, comprar o fusionar empresas.
- Concentración directa de la propiedad.
- Concentración del mercado.
- Concentración de audiencia.
- Concentración o acumulación de poder en ciertos medios de comunicación.

Dependiendo del análisis a utilizar sería la descripción de la modalidad de la concentración que se quiera mencionar, aun así junto a otros *ítems* que forman parte del mismo tenor en cuestión (marco legal y ética de los medios, etc.), los cuales pueden aportar más información sobre la cuestión. En este proceso de concentración en medios se pueden ubicar tres principales modelos: El primero es la Concentración Horizontal o Expansión Monomedia que ocurre cuando un consorcio de medios se expande con el

---

<sup>51</sup> Portal de estadísticas. <https://es.statista.com>. Inf loc: 20/09/2018.



objetivo de producir una variedad de productos dentro de la misma rama, según Sánchez Tabernero (2000),<sup>52</sup> este tipo de empresas no poseen el control simultáneo de las fases del proceso comercial, ya que dependen de proveedores y distribuidores. Una segunda forma de concentración es la Integración o Expansión Vertical que surge cuando las empresas mediáticas “se expanden con el objetivo de abarcar las distintas fases de producción, desde las materias primas al producto acabado para obtener reducción de costos y mejor aprovisionamiento”.

Por último, aparece el crecimiento Diagonal o Lateral, el cual “trata de buscar la diversificación fuera de la rama de origen con el objetivo de reducir y compensar riesgos a través de crear sinergia”.<sup>53</sup> Según Lozano (2006), el análisis de la estructura del mercado de los medios de comunicación mantiene una relación directa con la preocupación por la diversidad de las voces de una sociedad, la preeminencia de unas cuantas socava las libertades de expresión e información plasmadas en las constituciones de los países en democracia, incluyendo el mexicano. La medición de la diversidad en el sistema de medios de comunicación impresa posee varias posibilidades que se pueden valorar: la estructura de propiedad, el tiraje, la publicidad; es decir, una serie de *ítems*, que nos daría una radiografía amplia de cómo están interrelacionados con otras áreas del sistema político y económico.

Uno de los problemas que existe en el análisis de los mercados de medios, junto con el análisis de las industrias culturales, es su dualidad. Por una parte, se trata de mercados de consumo que funcionan con base en una lógica mercantil; por otra, de cierta manera contienen las distintas expresiones culturales de los pueblos. Son por lo tanto, sectores estratégicos para el impulso de la cultura y su desarrollo es de interés público en la medida en que la libertad de expresión es el sustento y fundamento de los derechos políticos, civiles y sociales. Para medir el grado de interrelación que se dan en los medios de comunicación en un sistema sociopolítico y económico, existen tres índices de concentración de medios. Dos de ellos son ampliamente usados en el análisis de la concentración industrial: la proporción  $cR4$  y el  $HHi$ . Un tercer índice especializado para medir la diversidad en la concentración y la propiedad de los medios

---

<sup>52</sup> Por ejemplo Televisa Editorial, que es propietario de la gran mayoría de las revistas en circulación en México cuyas temáticas son absolutamente diferentes; salud, belleza, cine, cocina, chismes, etc.

<sup>53</sup> En México, los ejemplos de este tipo de concentración mediática es muy clara: Televisa, tiene el control de medios editoriales, televisión nacional e industria radiofónica.

es el denominado índice Noam; el cual se caracteriza porque divide el HHI por la raíz cuadrada del número de voces o participantes. Noam (2009). Este índice busca conseguir una medición más detallada para la evaluación de la diversidad y no solo la participación económica. A continuación se describen brevemente los tres índices, ya que no es de interés principal de esta investigación y existe literatura abundante sobre el tema. La fórmula para la proporción CR4 es la siguiente:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 S_{ij}$$

Por su parte, el índice HHI es igual a la suma de los cuadrados del “*share*” de todos los participantes en un mercado. Este índice incluye solo participación de mercado (*share*) conocidos, de modo que la categoría "otros" se excluye del cálculo, a menos que tal categoría agregue firmas demasiado pequeñas, o bien que la categoría permita al analista identificar claramente la fuente de los datos. El rango de HHI fluctúa entre 0 y 10 mil donde 0 indica que el *share* de cada compañía es infinitamente pequeño, y 10 mil representa que una sola firma se hace cargo de 100% del mercado. La fórmula para calcular este índice es la siguiente:

$$HHI = \sum_{i=1}^j S_i^2$$

El HHI ha sido ampliamente utilizado para medir la concentración de industrias de medios y de telecomunicaciones. Noam (2009), dice que la clasificación de los niveles de concentración de mercado de acuerdo con las guías antimonopolios del Departamento de Justicia de Estados Unidos, establecen que un puntaje menor a mil indica un mercado no concentrado; un puntaje entre mil y mil 800, constituye un mercado moderadamente concentrado y uno mayor a mil 800 significa que es altamente concentrado. El índice de concentración y diversidad de propiedad de los medios (índice de Noam), toma en cuenta el número de voces disponibles. El poder de mercado medido por sí solo no refleja la diversidad de los medios por lo tanto, el índice de Noam propone incluir las pequeñas voces, ya que estas permiten la entrada a diferentes perspectivas. Un mercado de medios de comunicación compuesto por cuatro compañías grandes y cuatro pequeñas es más diverso que un mercado que solo tiene cuatro firmas,

incluso si los índices del poder de mercado fueran virtualmente idénticos. Lo anterior puede ser definido por la siguiente ecuación.

$$MOCDI = \frac{HHI}{V} = \frac{\sum_i^n S_i^2}{\sqrt{n}}$$

Por lo tanto, las tres mediciones de concentración de medios son las utilizadas básicamente, tal como ocurre en los países que componen la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), para el estudio de concentración de medios en México, se plantea las ganancias en pesos mexicanos como unidad de análisis. Para que esto sea posible, las empresas de medios de comunicación y telecomunicaciones deben de reportar cuentas públicas, accesibles a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), lo cual es posible solo parcialmente, en el caso de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). A continuación el cuadro siguiente muestra la concentración a durante la primera década del siglo XX en los periódicos en México.<sup>54</sup>

#### Cuota de mercado de los periódicos de acuerdo a su circulación

Medio/ empresa mediática	2010	2008	2004
<b>OEM</b> n-5	20%	63%	61%
<b>Grupo Reforma</b> n-8	11%	13%	14%
<b>El Universal</b> n-2	6%	10%	14%
<b>Demos La Jornada</b> N-9	5%	7%	5%
<b>Grupo Milenio</b> n-8	5%	7%	6%

<sup>54</sup> Por ejemplo, es un hecho conocido que al amparo del poder político creció la cadena de periódicos García Valseca, la cual fue comprada en los años setenta y se transformó en la Organización Editorial Mexicana (OEM), empresa que cuenta con el rotativo de mayor tiraje en México, el periódico deportivo *Esto*, y la red más amplia de periódicos regionales, en su gran mayoría de nombre *El Sol*, solo con excepción de Monterrey, donde *El Sol* es parte del Grupo Reforma. [www.comunicaciónysociedad.cucsh.udg.mx](http://www.comunicaciónysociedad.cucsh.udg.mx) Inf loc: 24/04/2017.

<b>Editorial Ovaciones</b> n-8	7%	9%	No disponible
<b>AME (Asociación Mexicana de Editores de Periódicos)</b> n-32	14%	No Disponible	No disponible
<b>Asociación de Editores de los Estados</b> n-17	11%	No disponible	No disponible
<b>Aedirmex</b> n-5	6%	No disponible	No disponible
<b>Total</b> n-139	4,320,348	3,278,808	2,294,117
<b>C 4</b>	56	93	94
<b>HHI</b>	1,009	4,336	4,174
<b>Noam</b>	336	1,837	1,768

Tabla 6. Nota: n es el número de títulos de periódicos considerados por la estimación.

% es el porcentaje de columnas.

Fuente: Secretaría de Gobernación (SEGOB: 2012). Información recopilada por Katia González Hermosillo y Roberto Zabaleta. <http://www.scielo.org.mx/>. Inf loc: 20/09/2018.

Esta concentración porcentual dista mucho de las empresas en telecomunicaciones que coexisten en el mismo espacio y que superan a las empresas de medios impresos, aun así observamos cómo se han mantenido con cierto equilibrio proporcional durante la última década, principalmente *La Jornada* y *Reforma*, que son las que nos interesa mostrar:

El mercado de periódicos en México se mantuvo relativamente estable durante casi todo el periodo de dominio priista, pero con la alternancia en el poder en el año 2000 el escenario cambió. El cuadro 5 muestra una tendencia hacia la diversidad, debido a que la competencia sucede en prácticamente todas las ciudades de México. Cada una de las 50 ciudades con poblaciones mayores a un millón de habitantes encara una competencia por los lectores, cuyo número, por otro lado, no ha crecido significativamente. La OEM continúa siendo la empresa dominante, pero muestra una tendencia a la baja debido al reciente surgimiento de nuevos actores regionales. Vale anotar que en México todos los periódicos son provinciales, incluso aquellos publicados en la capital del país (Distrito Federal), los cuales se consideran a sí mismos como de alcance nacional. (<http://www.scielo.org.mx/>. Inf loc: 20/09/2018) <sup>55</sup>

El porcentaje de población actual de 124 millones, contra casi dos millones de lectores de periódicos contrasta notablemente, la tradición de transmitir información a través de este medio se ha modificado sustancialmente, existe una tendencia a la baja en

<sup>55</sup> Juan Enrique Huerta-Wong, Rodrigo Gómez García: 2013. <http://www.scielo.org.mx/>. info: 20/09/2018.

cuanto a venta y lectura en papel, aunque eso no necesariamente sea proporcional en facturación y nivel de lectura por otros medios.

<b>Los 11 periódicos más importantes de la República Mexicana (circulación)</b>			
<b>Periódico</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>
<i>Esto</i>	350,000 (20)	385,000 (24)	139,712 (3)
<i>La prensa</i>	250,000 (14)	250,000 (16)	244,299 (5)
<i>Excélsior</i>	200,000 (12)	55,493 (3)	25,357 (1)
<i>EL Universal</i>	170,356 (10)	170,356 (11)	117,863 (3)
<i>El Financiero</i>	135,000 (8)	147,000 (9)	91,923 (2)
<i>Ovaciones</i>	130,000 (8)	152,388 (9)	152,388 (4)
<i>Reforma</i>	126,000 (7)	150,569 (9)	160,376 (4)
<i>La Jornada</i>	106,471 (6)	114,548 (7)	114,548 (3)
<i>El Norte</i>	119,380 (7)	No encontrado	190,080 (4)
<i>Ovaciones 2da ed</i>	100,000 (6)	100,000 (6)	148,018 (3)
<i>Milenio Diario</i>	40,000 (2)	80,000 (5)	80,700 (2)
<b>C4</b>	56	56	12
<b>HHI</b>	1,142	1,315	118
<b>Noam</b>	345	397	36

Tabla 7. Fuente: (SEGOB, 2012) e Instituto Verificador de Medios. Información recopilada por Katia González h y Roberto Zabaleta. (<http://www.scielo.org.mx/>. Inf loc: 20/09/2018).

La tabla anterior muestra la misma tendencia hacia la diversidad que la tabla 6. Los periódicos de mayor circulación en México han decrecido relativamente. Nótese que los rotativos de mayor circulación incluyen dos periódicos deportivos (*Esto* y *Ovaciones*), un periódico amarillista-policíaco (*La Prensa*) y un periódico regional (*El Norte*). Nuevamente las preferencias de los lectores no descansan en los grandes periódicos de noticias políticas publicados en la Ciudad de México, por las razones descritas anteriormente. Obsérvese que al desagregar los datos de los grupos periodísticos con base en los cabecales, los índices de concentración decrecen notablemente, como resultado de la competencia por regiones.

<b>Periódicos de mayor circulación diaria en México (precio por inserción publicitaria en sección a)</b>	
<b>Periódico</b>	<b>2010 (pesos)</b>
<i>Esto</i>	36,750
<i>La prensa</i>	29,000
<i>Excélsior</i>	110,400
<i>EL Universal</i>	150,800
<i>El Financiero</i>	111,600
<i>Ovaciones</i>	42,720

<b>Reforma</b>	127,030
<b>La Jornada</b>	104,400
<b>El Norte</b>	76,680
<b>Ovaciones 2da ed</b>	42,720
<b>Milenio Diario</b>	124,155

Tabla 8. Fuente: (SEGOB, 2012) e Instituto Verificador de Medios. Información recopilada por Katia González Hermosillo y Roberto Zabaleta. <http://www.scielo.org.mx/>. Inf loc: 20/09/2018.

La tabla arriba muestra la falta de conexión entre el tiraje y el costo de una página de publicidad en los periódicos, el precio más elevado de una página publicitaria se ubica en los periódicos de noticias políticas. Por ejemplo, *Excélsior*, cuyo tiraje es la sexta parte de un periódico deportivo, cuesta tres veces más que en *Esto* u *Ovaciones*; otro caso similar es el de *Milenio Diario*. Dos factores suelen apelarse como explicación de este fenómeno, por un lado, los periódicos "serios" aluden al mayor perfil socioeconómico en comparación con los lectores de periódicos deportivos o policiacos; por otro lado, buena parte de los ingresos por publicidad proviene de la propaganda gubernamental o de los partidos políticos, cuyas inserciones pagadas no se basan en la efectividad o impacto del medio, sino en la relación política que se desea tener con las publicaciones. En otras palabras, la publicidad es costosa en periódicos que no cuentan con un amplio número de lectores, sino por una práctica de relación con el poder, el cual "paga para que no le peguen" o para comunicarse con un círculo socioeconómico alto o influyente. La poca competencia existente en el mercado de la prensa diaria arroja cifras de alta y extrema concentración que evidencian la reducida oferta de periódicos y la limitada variedad de opiniones políticas expresadas en éstos.

El término conceptual, pluralismo informativo versus concentración mediática, nos habla de una existencia de medios de información alta, además de ser independientes y de tener distintas líneas editoriales, así como una efectiva relación de conocimiento entre consumidores y las distintas fuentes informativas. Es decir, si no existe una diversidad de fuentes de información contrapuestas entre sí, se restringe o se anula la libre elección de los individuos o el público, generando poca calidad al no haber competencia por la reducción de información contrapuestas entre sí. Por su parte la normativa mexicana no establece con claridad que se entienda por concentración de medios de comunicación, sin embargo; la Ley Federal de Competencia expone por concentración en su artículo 16° "como la fusión, adquisición de control o cualquier acto por virtud del cual se concentre sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales,

fideicomisos, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos”.<sup>56</sup> Pero para una concreta definición Apreza Salgado (2018), nos ayuda a definir la concentración como:

Una empresa o grupo empresarial, a través de cualquier medio, ejerza una influencia decisiva directa o indirecta sobre otras u otras empresas – de información, e incluso impedir la entrada en el mercado de nuevos operadores. (p, 29).

Así de esta forma, coincidimos en una definición más manejable a nuestro interés, donde resalta el control de la propiedad de un medio de comunicación directa o indirecta, y las de grupos empresariales influyentes en su conformación a través de ingresos publicitarios a través de concesiones o permisos.

### **2.2.3.- Regulación de la concentración empresarial en México sobre los medios de comunicación: marco legal**

Este apartado describe las características principales desde el inicio del periodo salinista, así como sus consecuencias tras la apertura comercial del TLC, que tuvieron las leyes y normas con respecto a las actividades que realizaban los medios de información, especialmente en la prensa escrita. El marco legal donde los medios realizan sus actividades es de vital importancia para cualquier régimen político, es ahí donde el pluralismo informativo y la independencia determinan los alcances y límites de su actividad periodística. Las normas regulan, ordenan limitan, no solo a los medios sino a los elementos externos (grupos económicos y partidos políticos), e internos que pueden limitar sus actividades; es por ello, que hay una legislación internacional que declara la universalidad de los derechos humanos (UDHR):

Es parte integrante del derecho fundamental a la libertad de expresión, reconocido por la Resolución 59 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobada en 1946, así como por el Artículo 19º de la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), que dispone que el derecho fundamental a la libertad de expresión incluye el derecho de "investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> <https://archivos.juridicas.unam.mx>. Inf loc: 22/07/2018.

<sup>57</sup> <http://www.unesco.org>. Inf loc: 26/09/2018.

Esta ley nos permite entender las demás leyes sobre la materia, exponiendo en su artículo 19º como garantía fundamental el derecho a la libertad de expresión, donde quedan sujetos los medios de comunicación; teniendo gran influencia en el pacto internacional sobre los derechos civiles y políticos. A nivel nacional los medios de comunicación están normados por leyes de distintos niveles: la Constitución, los estatutos y los decretos. Todas estas leyes están de alguna forma ligadas de distinta manera, su cumplimiento y ratificación de las leyes internacionales no es automática, es decir; pueden reflejar progresivos ordenamientos jurídicos, todo dependerá que el Gobierno respete el Estado de Derecho en la práctica.

La publicidad y el marco legal dentro del periodismo en México, van muy de la mano, existe una relación estrecha entre empresas, medios impresos y Gobierno, las empresas mediáticas crecieron a la sombra de las empresas nacionales y extranjeras que se establecían bajo el nuevo modelo económico, el Gobierno permitió esta difusión comercial, siempre y cuando no chocara con su ideología política;<sup>58</sup> la falta de una política real de comunicación institucional, ha fomentado que se tenga una prensa más cercana a los intereses publicitarios de las grandes empresas, que la difusión de información de interés público en términos reales. Para Fátima Fernández (1986), esto se ejemplifica en tres factores:

- Hay un antecedente del modelo de comunicación estadounidense, antes del establecimiento del Estado Mexicano actual. Lo que se repercutió en un interés económico, antes que social.
- La propia naturaleza del Estado Mexicano, centralista, corporativo, presidencialista. Carente de una visión de emancipación social.
- La existencia de grupos oligárquicos, los cuales impiden y limitan el acceso a grupos distintos sus intereses particulares. (p.41).

Aun así el marco legal sobre los medios de comunicación llega a México a destiempo, la Ley Federal de Radio y Televisión aparece en 1960, para legalizar el uso comercial que las empresas ya habían empezado a explotar hacia 40 y 10 años respectivamente. La Ley de Imprenta -aparece en 1917-, ha sido modificada en varias ocasiones por la ambigüedad y por las interpretaciones subjetivas que el Gobierno utiliza en contra de los periodistas y comunicadores, la cual, no es vista como un marco jurídico real, ni de confianza legal; “si la Ley de Imprenta se aplicara cabalmente, si se

---

<sup>58</sup> R. Olmedo Neri: (2017). Análisis del discurso publicitario. Julio 9. <https://datospdf.com/.../la-publicidad-en-México>. Inf loc: 27/09/2018.



cumpliera lo que dice, habría que multar a centenares de periodistas, caricaturistas y comentaristas, por fortuna no se aplica”.<sup>59</sup>

La Constitución promulgada también en 1917, establece en el artículo 6º y 7º, que enmarcan la libertad de expresión, sin que afecte a terceros y la libertad de información a través de cualquier medio, respectivamente. Sin embargo, la falta de claridad genera que su aplicación sea ambigua y se obvие de forma discrecional, tanto por el Gobierno, como de los empresarios mediáticos que se autocensuran, para no perder su relación con el Estado. Dichos artículos no describen la situación actual de los medios impresos en el siglo XXI, ya que fue una ley hecha con las características de la Constitución de 1857, las omisiones más que lo estipulado en ella, hacen que sea una ley anacrónica y desfasada del periodismo digital contemporáneo. Las nuevas leyes que se generaron a partir de los 90 en el siglo XX, establecían menos participación estatal, así como la liberación en algunos sectores como sucedió en la industria filmica, junto a un incremento del capital extranjero (NBC, por ejemplo), en todos sus niveles:

Durante las administraciones de Carlos Salinas de Gortari, Ernesto Zedillo y Vicente Fox (1988-2006), las políticas audiovisuales fueron guiadas, principalmente, por sus especificidades económicas y tecnológicas con una clara convicción neoliberal. En ellas solo se benefició a los grandes grupos empresariales del sector audiovisual (idem). Así, a partir de estas políticas de corte neoliberal se ha dejado el desarrollo, la innovación y la responsabilidad de las industrias culturales en manos de la iniciativa privada y bajo la lógica del libre mercado.<sup>60</sup>

En las anteriores décadas, el Estado participaba como aval, productor y propietario, posteriormente a 1988 el Estado tomó una nueva actitud frente a las industrias de comunicación audiovisual, que se ampliaría al llegar la alternancia política en el 2000, pero sin la capacidad de control institucional. Aún con partidos de oposición que solo fueron comparsa (como el PAN), durante mucho tiempo, el sistema político hizo las leyes a beneficio, tanto para órganos electorales, como para los medios de comunicación, que legitimaron su régimen, bajo un presidencialismo que manejaba una prensa mexicana con las siguientes características:

---

<sup>59</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>60</sup> Gómez García, Rodrigo. (2008). Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico. Revista comunicación y sociedad. Nueva época, núm. 10, julio-diciembre, pp. 191-223. issn 0188-252x. P, 204. <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx>. Inf loc: 27/09/2018.

- Aceptaba el patrocinio político, pues ayudaba a los editores y directores a lograr éxito financiero.
- Era un foro para una élite educada.
- Le faltaba exactitud e imparcialidad.
- No tiene fronteras éticas. Por lo tanto, el concepto del conflicto de intereses es casi inexistente.
- Publica anuncios o desplegados cuestionables.
- Acepta fácilmente "regalitos" y gratificaciones.
- Con frecuencia se presta demasiado a publicar elogios sobre los funcionarios y políticas gubernamentales.<sup>61</sup>

El monopolio mediático del Estado, se convirtió en un duopolio al otorgar una serie de normas legales en el 2006, a las dos empresas de televisión más importantes del país, lideradas por Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego. (Televisa y TV Azteca respectivamente), este control mediático contrasta con la percepción sobre la libertad de expresión. Posteriormente a la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, aprobada en junio de 2013, generó una enorme expectativa para transformar la estructura mediática en un país agobiado por la enorme concentración en televisión abierta, televisión de paga, telefonía fija, telefonía móvil e Internet.

Esta reforma parecía impensable por la manera en la que llegó a la presidencia Enrique Peña Nieto (2012-2018), luego de una intensa campaña, promovida durante varios años por el Grupo Televisa, cuando el político gobernaba el estado de México. El Pacto por México, firmado en diciembre de 2012 por las principales fuerzas políticas del país (PAN, PRD y PRI), para sacar adelante diversas reformas estructurales, fue la base política indispensable para crear el nuevo marco jurídico de la radiodifusión y las telecomunicaciones. Por su parte en la Constitución se establecieron los principios para fomentar la pluralidad y diversidad en radiodifusión, así como para mejorar las condiciones de competencia, los servicios y lograr tarifas más bajas en telecomunicaciones. La reforma fue detallada en temas de competencia, medios públicos y comunitarios, derechos fundamentales (libertad de expresión, derecho a la información y acceso a Internet), fijó plazos y criterios para crear el órgano autónomo de las telecomunicaciones (el Instituto Federal de Telecomunicaciones, IFT) y los tribunales especializados en telecomunicaciones y competencia económica, entre otros.

---

<sup>61</sup> Riva Palacio, Raymundo (1992). La prensa en México, Una aproximación crítica P, 28. <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx>. Inf loc: 27/09/2018.

Solo faltaba la legislación secundaria para definir los alcances del cambio estructural que se había propuesto la clase política, cuyos aspectos más relevantes comentaremos más adelante en los próximos capítulos. Como señalan Murdock y Golding (1981), la restricción legal para conformar conglomerados de medios no favorece la diversificación. En el caso de México, la integración horizontal que involucra la prensa escrita está limitada normativamente. La Ley de 1999 (art. 26°), prohíbe que un periódico de circulación diaria controle una concesión de radio o televisión y viceversa. En cambio no hay legislación que impida la formación de conglomerados mediáticos en los campos de la radio, la televisión y las telecomunicaciones. Por esta razón, los propietarios de diarios se encuentran diversificados en otros sectores industriales y comerciales en algunos casos, esta concentración de libertad de expresión se puede analizar desde dos visiones: 1.- La de los medios impresos, como empresas que se rigen bajo leyes como cualquier otra empresas privada. Y 2.- Las leyes que reglamentan a los medios audiovisuales que son empresas que utilizan un bien público, como el aire y el espacio que pertenecen la nación, los cuales son otorgados por el Gobierno Federal.

#### **2.2.3.1.- Legislación para prensa y medios electrónicos**

Para los medios de comunicación en México existen dos marcos regulatorios distintos, uno es para medios impresos y otra es para medios electrónicos; la regulación entre ambos es diferente, aunque existe esta diferenciación, cualquier modificación al marco regulatorio afecta al ejercicio periodístico entre ambos ámbitos. La importancia sobre tales normas legales tanto a reporteros como a empresas editoriales, imposibilita en un momento dado, el trabajo de informar a la sociedad de lo que acontece, además de que restringe derechos internacionales de su profesión, como lo establecido en el artículo 19° de la declaración de los Derechos Humanos y adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (ONU: 1948).

Por ello el trabajo informativo es tan imprescindible en una sociedad y lo importante que significa el análisis de los marcos legales que determinan su ejercicio profesional. Ya se ha comentado la poca información sobre el efecto que tiene el marco legal y los medios de comunicación que existe en México, eso ha llevado a desconocer las alianzas de beneficios mutuos entre medios escritos y electrónicos y el Estado; la preservación de sus intereses, se ejemplifica en el tratamiento informativo de los reporteros, sobre temas de políticos o de interés nacional, sabiendo que decir y que no, aun cuando existen leyes para su protección y divulgación, no lo hacen por las repercusiones de las cuales podrán ser objeto. Esta autocensura hacia el Estado, se recompensa, con diferentes apoyos tanto a medios escritos como a electrónicos.

Parte de esta cultura que existe entre los medios y el poder político, tiene sus antecedentes desde la Colonia, pasando por la etapa independiente hasta llegar al siglo pasado donde inicia lo que actualmente es una forma periodismo que los medios han tenido en México; Fátima Fernández (1986), comenta que un ejemplo de ello fue *El Imparcial*, un periódico que fue apoyado desde el Estado para su fundación, además del apoyo publicitario de firmas estadounidenses como: *Singer, Ericsson, High Life*. Estableciendo una forma de periodismo, que hasta la fecha se mantiene y evidenciando la progresiva influencia y participación tanto económica como tecnológica del vecino capitalista del norte; esta forma de control, pronto el Estado Mexicano lo haría también a su prensa nacional, que se desarrollaría bajo apoyos publicitarios principalmente, beneficiándose mutuamente.

Las leyes en cuanto a políticas de comunicación, no han sido prioritarias para el Estado Mexicano, donde podemos señalar las siguientes causas: **a)** intereses transnacionales, es decir; una influencia principalmente de los EUA en su economía antes de que el Estado pudiera tener una fuerza institucional, los medios se convirtieron en ese entonces en estructuras comerciales de gran influencia política y económica, antes que medios de información para el beneficio social, **b)** la características particulares del SPM, centralizado, antidemocrático, inequidad social y económica y debilidad en el Estado de Derecho. Y **c)** la concentración de poder de los grupos empresariales que protegen sus intereses, ante el propio Estado Mexicano. Lejos de la Ley de imprenta de 1917, la cual tiene una percepción jurídicamente débil y ambigua en el gremio informativo, no sería hasta 1960, que el Estado crearía la Ley Federal de Radio y

Televisión, con un desfase temporal y legal de 40 y 10 años con respecto a la aparición de la radio y la televisión en México respectivamente; es decir, se creó para regular su estructura ya establecida e intereses creados y consolidados.

Aun cuando existen artículos como el 6º y 7º en la Constitución Política Mexicana en materia de comunicación que protegen la censura ante cualquier autoridad, con excepción de la fallida reforma que el presidente López Portillo intentó realizar durante su sexenio (1976-1982) para tener un mayor control de los medios, no se crearon leyes secundarias que explicarían los mecanismos legales que tendrían efectos directos en el ejercicio periodístico, aunado a la polarización de los grupos de poder de dicha ley, provocó que nunca tuviera un verdadero efecto en los medios de comunicación. Esto en parte, es debido a los usos y costumbres de amistad y cercanía que los medios tienen con respecto a los funcionarios públicos, generando una autocensura, aun cuando hubiera un ataque directo contra compañeros de los medios de comunicación, la cita siguiente de la Ley Federal de Radio y Televisión muestra el alcance jurídico social, pero que en realidad es letra muerta:

CAPÍTULO TERCERO. Programación. Artículo 58º El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.<sup>62</sup>

La autocensura de los dueños de los diarios aplica también, para no poner en riesgo sus empresas, de acuerdo al artículo 64º y 64º bis de dicha ley, donde exponen los alcances, teniendo una contradicción con el anterior artículo 58º:

Artículo 64º. No se podrán transmitir: I.-Noticias, mensajes o propaganda de cualquier clase, que sean contrarios a la seguridad del Estado o el orden público;

II.-Asuntos que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes impliquen competencia a la Red Nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario, con la citada Secretaría.

Artículo 64-BIS. Los concesionarios y permisionarios de radio y televisión no podrán transmitir programas, mensajes o cualquier otro material que contravenga lo dispuesto por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y la infracción a esta norma

---

<sup>62</sup> Reglamento de La Ley Federal de Radio y Televisión. [www.ordenjuridico.gob.mx](http://www.ordenjuridico.gob.mx). Inf loc: 02/11/2018.

será sancionada en términos de lo dispuesto en el Libro Séptimo de dicho Código.<sup>63</sup>

La ambigüedad de dichos artículos generó que cualquier autoridad pudiera vetar o penalizar a periodistas o programas, si “sentían” que se les había ofendido. Situación que ocurrió durante el sexenio (2012-2018), contra varios comunicadores, (el más mediático fue el de Carmen Aristegui entre otros muchos más). Para la prensa escrita sucedió algo parecido al momento de querer tener un apoyo legal, ya que la Ley de Imprenta de 1917, desfasada no solo al momento de su promulgación, influenciada de cierta forma por la Constitución de 1857, sino que al día de hoy se sigue tomando como referente directo; su anacronismo no es tan patente, solo por su edad, sino por la inexistencia de leyes secundarias actuales a los tiempos, donde la información y su ejercicio tecnológico ha cambiado sustancialmente. Sería hasta el sexenio de Salinas de Gortari que habría una nueva modificación a la Ley de Comunicaciones, como parte de su liberalización al mercado internacional. Gómez García Rodrigo (2006), citando a Shiller (2000), nos dice que dentro del giro neoliberal del Estado Mexicano, se presentaron características particulares:

El impulso de la políticas de comunicación desde una posición neoliberal, se comenzaron a desarrollar activamente, en una primera instancia en el sector de las telecomunicaciones, puesto que de alguna forma tenía menos escollos al no plantear debates directos sobre los roles socio culturales y políticos que pudieran tener sus servicios. Estas políticas se han centrado principalmente: a) en infraestructuras, b) en las condiciones del mercado, c) en la regulación en contra de los monopolios, d) en la transnacionalización de las empresas occidentales.<sup>64</sup>

Aun así se dejaron de lado aspectos que tenían que ver con los estímulos fiscales para el desarrollo de empresas que buscaban incursionar en el mercado nacional, principalmente para las empresas filmicas. El Estado Mexicano había sido antes de la ley de 1992, promotor, difusor y dueño, con la llegada de este nuevo marco legal, había pasado de tener una participación activa y directa a una asociación con empresas privadas; el dominio del partido hegemónico al llegar el cambio partidista con Vicente

---

<sup>63</sup> *Ibíd.*

<sup>64</sup> Gómez García Rodrigo. (2006). “Políticas de Comunicación en México. El giro neoliberal, (1988-2006)” en VVAA. Comunicación para el desarrollo en México. Libro colectivo de la AMIC 2006, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. A, C. Universidad Latina de América. A, C Morelia, Michoacán, México, 389-429. Inf loc: 02/11/2018.

Fox en el 2000, no cambio en su estructura, patriarcal, sino que siguió con los mismos mecanismos de control, aunque con la diferencia de un color distinto de partido.

Fox no modificaría la Ley de Comunicaciones, ni aplicaría una reforma para la creación de leyes secundarias que ayudaran a darle sentido y cumplimiento a la citada ley, abduciendo que iban por un buen camino de progreso y bienestar social. Las leyes de alguna manera beneficiaron a los empresarios, pero no a la sociedad en general, que seguía en el mismo control socio-cultural de poder concentrado en la imagen del ejecutivo, la división de poderes, no existía como tal, los otros dos se subyugaban al poder ejecutivo, al igual que la prensa que se le consideraba el cuarto poder, nunca ha sido tal en México. De hecho, al finalizar el primer Gobierno de alternancia panista en el 2006, se creó una ley *ad oc*, a los intereses de las empresas televisoras, formalizando legalmente un duopolio televisivo entre Televisa y TV Azteca, esta diferenciación entre la prensa escrita y los medios electrónicos, define el tipo de periodismo que hay en México, donde la prensa siempre ha estado definida como una empresa privada con sus normas consecuentes, mientras que los medios electrónicos han estado en un relación de poder, al utilizar el patrimonio de la nación, como son el aire y el espacio radiofónico, que funcionan bajo concesiones federales.

### **A) Ley Televisa**

Después de 1960, las reformas a las leyes correspondientes a los medios de comunicación se fueron dando de acuerdo el presidente en turno, desde López Portillo hasta Peña Nieto, en cada uno de los sexenios, existió el intento de limitar el ejercicio periodístico, ante las autoridades estatales, tanto con el PRI como con el PAN, se trató de controlar a los medios sin ninguna distinción política; los cambios políticos electorales, fueron sin duda parte importante para que se iniciara un cambio en el marco regulatorio con respecto a las actividades del Estado, gobiernos, partidos políticos, candidatos, procesos electorales y campañas políticas, en post de una regulación de la publicidad del Estado que favorecía a sus intereses. Esta situación empezó a cambiar a partir de la debacle del partido político oficial, que se unió al progresivo advenimiento tecnológico que estaba trasformando las telecomunicaciones en el mundo (internet, telefonía móvil, y televisión digital); la necesidad de competencia de las empresas mediáticas ante el nuevo orden tecnológico, propicio que de alguna forma se empezara a

discutir con mayor interés las nuevas reglas, al mismo tiempo que se movían las partes involucradas y los intereses políticos y económicos.

La ley del 2006, había generado muchas expectativas en la sociedad civil, organismos particulares, iniciativa privada así como empresas mediáticas, el espectro hacia la radio y televisión fueron de prioridad para el Estado, que los veía como medios de desarrollo económico, político y social; sin embargo, por motivos políticos, esta no se concretó como se tenía previsto. En una sesión *fast track* y con el apoyo de los partidos más importantes en ese entonces (PRI, PAN, PRD), fue aprobada por unanimidad en el Congreso de la Unión dicha ley, a la cual se le bautizó como Ley Televisa, al ser beneficiada esta empresa junto con TV Azteca, las cuales finalmente fueron declaradas como reformas inconstitucionales en el 2007.

## **B) Reformas a las leyes electorales federales**

Una de los beneficios económicos que los medios gozaban, era el uso que los partidos políticos tenían de sus plataformas mediáticas durante los procesos electorales, en donde los partidos compraban tiempo y espacio a las empresas mediáticas, esta asignación se hacía de forma discrecional, lo que daba una desigualdad y una inequidad política a los partidos minoritarios, contra los más fuertes económicamente, de acuerdo al procedimiento técnico de asignar los recursos públicos por el número de votos adquiridos en la última elección; la reforma electoral cambió esto, lo que supuso un enfrentamiento entre los empresarios mediáticos, el Estado y los partidos políticos, los cuales afectaban a los primeros en su mejor fuente de ingresos.

Las modificaciones en el 2007, establecían un control directo del extinto IFE (hoy INE), para la asignación de tiempo de los partidos políticos, Derecho de Réplica a través de los medios, reducción del financiamiento privado que recibían los partidos en un 85%, reducción del financiamiento público, reducción de seis a tres meses las campañas presidenciales, se prohíben expresiones que denigren o calumnien a candidatos y se inicia una fiscalización del órgano electoral, tanto para sus propios gastos como para los gastos de los partidos políticos, sin la excepción del secreto bancario. Terminando con ello el gran negocio que los medios de comunicación tenían en cada proceso electoral que se presentaba, en toda la República Mexicana.



### **C) Ley General de Comunicación Social: “Ley Chayote”**

Desde el 2002 las Naciones Unidas y la OEA, recomendaban que los gobiernos no debían utilizar su poder y economía para influir en los contenidos informáticos de los medios de comunicación, ya que atenta el libre ejercicio de la libertad de expresión principalmente en la prensa escrita; este antecedente sirve para la reforma de ley, mediante una sentencia de amparo, para que la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación ordenara al Congreso emitir antes del 30 de abril 2018, la Ley Reglamentaria del artículo 134º fracción octava de la Constitución, relativa a la propaganda gubernamental. La Ley General de Comunicación Social, conocida como Ley “chayote” (*chayote* hace alusión a una expresión que se utiliza para referir a la cantidad de dinero que reciben los medios de comunicación para hablar bien de una administración, un candidato, un partido político, un político en particular, etcétera).

Por mayoría en el Senado fue aprobada en lo general dicha ley, que a juicio de la Suprema Corte se debía de establecer reglas claras para el uso discrecional que el Estado hacía de los medios en contra del derecho de libertad de prensa, sin embargo; dicha ley fue objeto de críticas puesto que no fija los derechos que debía de garantizar. Por ejemplo, que el gasto público en comunicación anual, debía estar regulada por la Secretaría de Gobernación, implicaba un sesgo y la posibilidad de censura contra medios, otra es la premisa que la que la comunicación social gubernamental fuera propaganda del Estado y no información de interés social en un primer momento, esto es que la financiación pública no solo regula la publicidad de los medios; sino como se traduce está en una información objetiva y útil a la sociedad, el hecho que los grandes consorcios financien la publicidad en los medio de comunicación, supone un sesgo en la misma. El uso que el Estado hace de su propaganda oficial también posee sesgos en la información, lo que hace que el tema regulatorio sea de interés público, lo cual esta ley propuso ya que parte de la distribución de tiempos oficiales, el ejecutivo, recibía el 40%, contra el legislativo que posee el 30% y el resto para los instituciones autónomas, prosiguiendo con la glorificación a la imagen y culto del presidente en turno; contra la información de interés público, educativos y sobre sus derechos como individuos y sociedad.

### 2.3.- Características del Sistema Político Mexicano

Siempre se ha dicho que definir al SPM es complejo como ambiguo, hasta por sus propios actores: autoritario pero civil, no competitivo legalmente, pero con elecciones periódicas, hiper-presidencialista, pero con una larga historia institucional, corporativo pero inclusivo socialmente. Siguiendo la tradición de definir a los sistemas políticos desde la “zoología política”, desde Aristóteles con su Zoom-Politikon, pasando por Hobbs y su Leviatán, hasta llegar al Ogro Filantrópico de Octavio Paz, podemos decir que el SPM es más bien un Ornitorrinco, no tiene una forma clara y definida; o con un Puercoespín, repleto de espinas, complejo y absurdo, siempre a la defensiva hipersensible, que vuelve complicada la situación más sencilla, esto por mencionar como por ejemplo el *affaire* de la política exterior con el régimen cubano, tristemente recordada en el 2002 como doctrina Fox, con el “comes y te vas”.

No obstante, hay un consenso en su origen desde 1929, donde se establecen las bases del actual sistema de gobierno político legal e institucional. El SPM posee características de ser un sistema abierto y muy dado a las perturbaciones internas como externas; de ahí que sea tan sensible a las demandas de la sociedad y se cierre antes de reaccionar de forma rápida y eficaz. Sus estructuras institucionales (SNTE, CROM, CROC, CTM),<sup>65</sup> siguen intactas, aun cuando un partido distinto al PRI llegó al ejecutivo durante 12 años, fue incapaz de modificar los arreglos corporativos que había mantenido el partido de Estado por más de 71 años; la conformación de dichas instituciones fueron creadas para asegurar el control y acceso al poder ejecutivo, así como el acceso a las toma de decisiones del partido de Estado que funcionaban como vértice de todas las corrientes políticas que existían, obteniendo para ello un control total de todo grupo social a nivel nacional que expresara algún descontento laboral.

---

<sup>65</sup> El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), en sus inicios 1943 representó el ideal de organización sindical que permitió la unidad de los trabajadores de la educación en todo el país, atraídos por el poder que representaba la existencia de un sindicato único nacional.

La Confederación Regional Obrera y Campesina (CROC) creada en 1952. La organización la integran la Confederación Proletaria Nacional, la Confederación de Obreros y Campesinos de México, la Confederación Única de Trabajadores y la Confederación Nacional de Trabajadores.

La Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), surge después de concluida la lucha armada y tras una serie de conflictos entre los sindicatos de la época. La CROM se fundó en mayo de 1918 y fue la primera confederación de trabajadores con carácter nacional.

La Confederación de Trabajadores de México (CTM) es una central sindical obrera fundada el 24 de febrero de 1936, durante el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas.

Podemos describir tres características principales para tratar de englobar y centrar lo que sería difícil de describir por separado cada uno de los elementos que componen el Sistema Político en México: el Partido Político, el Presidencialismo y la Sociedad Civil.

### **2.3.1.- El partido de Estado como vértice del Sistema Político Mexicano**

El partido que nació desde el poder y para el poder, es sin duda un elemento básico para poder entender la cultura política de la sociedad mexicana, por su naturaleza el PRI ha sido un partido de Estado que nunca ha sido estrictamente un partido político, sino un sistema de intereses corporativos y gremiales muy desarrollado para competir en un sistema electoral *ad oc*. El PNR en 1929 –abuelo del PRI- fue creado para institucionalizar la lucha por el poder político entre las distintas facciones armadas que salieron victoriosas de la Revolución Mexicana, el PNR fue creado para dirimir las disputas entre los líderes caudillistas, militares y políticos sin llegar a la violencia tan característica de la etapa revolucionaria de la segunda década del siglo XX.

Dentro del mismo esquema se planteó que el cuerpo legislativo estuviera constituido por funcionarios que directa o indirectamente debían su puesto a una instancia estatal superior, sea por nombramiento directo, sea por su inclusión en la lista electoral sin oposición, es decir; la vía para alcanzar una curul en el Poder Legislativo al Senado o Cámara de Diputados en México, era hasta hace poco tiempo únicamente, por medio del partido político. Durante los siguientes 40 años de los 30 a los 70, el partido político (primero PNR, luego PRM y ahora PRI), controló el acceso al Sistema Político Mexicano, para principios de los 80, con las reformas electorales hechas en 1977 que pedían una mayor equidad legislativa aparecen los diputados por Representación Proporcional, lo que vino a generar el fin de la hegemonía de un solo partido en las cámaras legislativas. El partido de Estado vivió un proceso de consolidación institucional en la década de los 40 hasta finales de los 60, creando una cultura de sumisión institucionalizada a través del partido político, pero al mismo tiempo generador de coacción ante la sociedad para beneficio del sistema político, sin embargo; posteriormente sobreviene una crisis estructural y debilitamiento institucional y político al interior del sistema, durante las décadas 70 y 80, principalmente en la frontera norte con los Estados Unidos. A partir de los 90, el PRI pierde la mayoría en el Congreso de la Unión y pasa a ser oposición en algunos estados de la República Mexicana, para el 2000 pierde por vez primera la Presidencia de la República durante 12 años, para

recuperarla en el 2012 y actualmente en el 2018, vuelve a perder la presidencia contra el partido MORENA y la mayoría absoluta del Congreso de la Unión, en una debacle institucional y de muchas posibilidades de desaparición o transformación hacia un nuevo partido político.

En los últimos cuarenta años de la política mexicana es muy significativo, si bien en los primeros años de vida del partido oficial, se accediera a la administración pública a través de la militancia partidaria, en la actualidad, aunque no se puede hablar todavía de normas precisas que garanticen el servicio civil, existen nuevos actores que ingresan al poder legislativo por vía ciudadana, en un claro ejemplo de desapego hacia la figura del partido y más afectiva hacia la figura individual del candidato; en la actualidad existen diversos partidos que se conforman políticamente según sus intereses electorales e ideológicos: PAN, PRD, PT, MORENA VERDE ECOLOGISTA, NUEVA ALIANZA, MOVIMIENTO CIUDADANO. Sin embargo, el sistema político imperante, no ha tenido la capacidad suficiente para otorgar con fuerza la ciudadanía el poder institucional, aun cuando existe desde 2012 por ley los candidatos ciudadanos o independientes, motivada por la crisis institucional de los partidos para que puedan desarrollar políticas públicas, sin la intervención de los partidos políticos.

### **2.3.2.- Características del presidencialismo mexicano**

La democracia en México debe seguir una reforma de Estado integral, a fin de cambiar la estructura y lograr un equilibrio real de poderes. Aunque existe una división de poderes (Legislativo, Judicial y Ejecutivo), este último absorbe la mayor cantidad de responsabilidades que los otros dos poderes de manera legal y meta-constitucional. Se debe modificar el origen, el ejercicio y la responsabilidad del Ejecutivo y de los otros poderes, a fin de un verdadero equilibrio jurídico y político. En los últimos decenios las listas de candidatos a los distintos niveles de Gobierno, formaban parte de las decisiones que el Presidente de la República adoptaba. Esto, que era del conocimiento público, ha sido objeto de comentarios que a la fecha ya revisten gran naturalidad por parte de escritores públicos y de toda suerte de funcionarios del Estado y constituye parte de los usos y costumbres de la política mexicana.

Hasta 1970 todos los candidatos a la Presidencia de la República contaban con antecedentes de orden político, además de los que correspondían al ámbito administrativo. Cuando la designación del candidato a la presidencia se aproximaba era común señalar como inconveniente para que algunas de las personas mencionadas como posibles candidatos al ejecutivo pudieran alcanzar esta candidatura el hecho de tener una carrera exclusivamente administrativa. Sin embargo, la experiencia demostró en anteriores elecciones (Salinas y Zedillo), que para ser candidato a la Presidencia de la República bastaba con la actividad administrativa, sin que se hubiese ejercido ningún cargo de elección popular.

Dentro de una estructura social como la mexicana es característico la existencia de un jefe de Gobierno “fuerte”, lo que ya comienza a ser desventajoso para el propio líder, ya que en las condiciones de su gestión política generadas a partir de su propio poder, se traducen para él mismo en contra; al no poderse ver asistido por colaboradores “efectivos” que le hagan ver en momentos oportunos y en términos precisos, la posibilidad de sus errores de juicio y de decisión. Este poder “meta-constitucional” en la figura presidencial no es fortuito y obedece a una larga historia de hombres que fueron gobernantes antes de la etapa moderna en México: el Tlatoani (definición para los gobernantes antes de la llegada de los españoles), Virrey, (figura administrativa durante La Colonia en América), Emperador, Dictador, “Caudillo” y Presidente de la República. Todos ellos figuras de poder unipersonal que definen en muchos casos todavía partes de la sociedad, aspectos culturales y políticos, donde la figura del hombre patriarcal lo puede todo y la sumisión hacia el jefe o figura paterna se ve idealizada junto a la parte religiosa en términos de deidad omnipresente. Por ello, el Presidencialismo en México tiene una característica *sui-générís* y de absoluta comprensión para poder entender al Sistema Político Mexicano.

### **2.3.3.- Características generales de la sociedad civil en México**

Es evidente que en México la actividad administrativa del Estado ha permeado en un alto grado la vida económica, la actividad cultural y la ordenación de las actividades sociales, particularmente por cuanto hace a los sectores del trabajo de los campesinos y de la clase media, la burocracia incluida. Pese a los esfuerzos por generar un mayor grado de participación y a los indiscutibles avances de la educación general,

los niveles de despolitización que se observan en el país, aun entre los sectores culturalmente capacitados, son muy acentuados.

Los sexenios o periodos de Gobierno en México según Valadez (1980), garantizan el acceso y la certidumbre de que el tránsito por el poder, salvo algunos casos, tiene el carácter de efímero, esto ha dado lugar a un sistema de complicidad conforme al cual él que todavía no accede al poder, observa las reglas ortodoxas para llegar a él y quien ya lo ocupó, observa a su vez las reglas -también ortodoxas- de la discreción y del repliegue político para no afectar la acción de sus sucesores. La capacidad de un Gobierno se define, para recaudar dinero y luego gastarlo sensatamente, es una prueba principal de su actuación. El presupuesto de ingresos en México, por otra parte, revela cuáles son los grupos sociales a los que el Gobierno se muestra dispuesto a sacrificar más enérgicamente y viceversa, cuáles son los que reciben el tratamiento más favorable.

Por lo demás, de acuerdo con la formación tradicional del mexicano, las preocupaciones de moral privada prevalecen sobre las de moral pública. En otras palabras, a diferencia de lo que ocurre en países con mayor grado de desarrollo, particularmente en Europa y Estados Unidos, el común de la gente propende a defender con mayor empeño las cualidades de su organización familiar, al tiempo que se despreocupa por las irregularidades producidas en el sector público. Eso explica, entre otras cosas, una sociedad civil despolitizada, donde la queja mordaz en contra de administradores menores y de funcionarios importantes proclives a recibir dádivas por parte de aquellos a quienes prestan servicios y a la vez, la reticencia frente al cumplimiento de deberes tan elementales como el de cubrir en tiempo y satisfactoriamente con las obligaciones de carácter fiscal. Uno más de los indicadores se refiere a la cultura política de los ciudadanos es el cuadro siguiente. En este caso se dispone de indagaciones recientes que permiten apreciar el grado de interés y el nivel de participación de los ciudadanos en las cuestiones de orden público, tanto para elecciones intermedias como concurrente.

## Participación ciudadana en elecciones federales

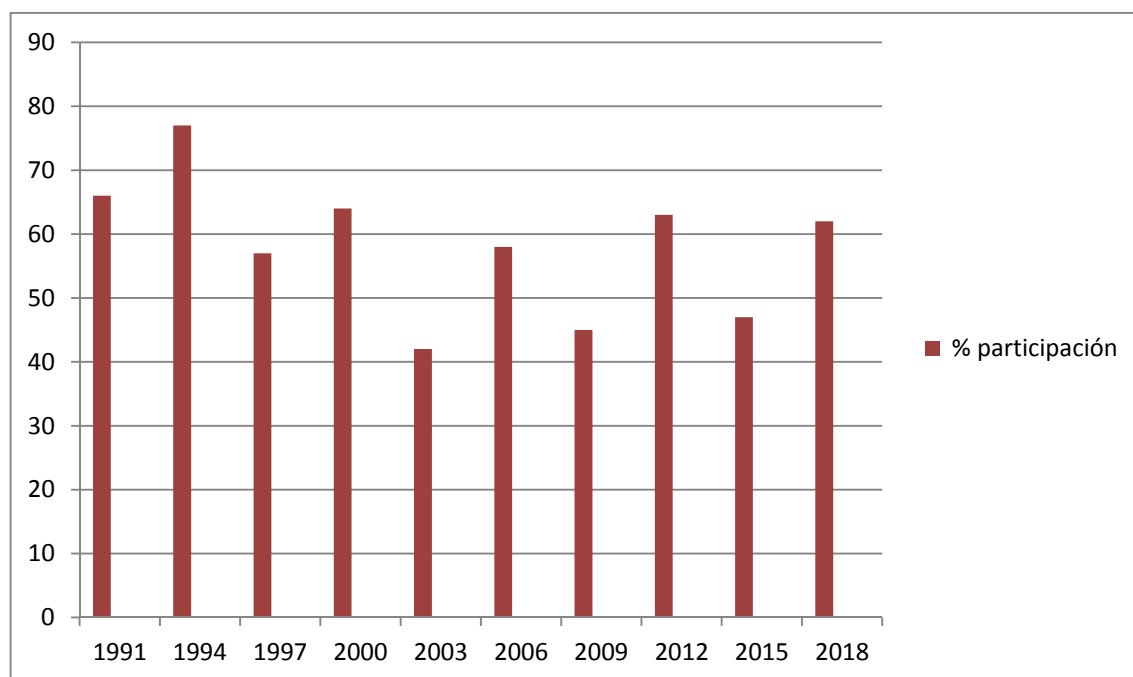


Gráfico 2. Fuente: INE, elaboración propia.

El gráfico arriba, muestra como la participación electoral solo se mueve con mayor porcentaje durante las elecciones presidenciales (los picos más altos) y se reduce considerablemente durante las elecciones intermedias para la cámara baja (Diputados) y alta (Senadores). Podemos deducir, que la cultura política está estrechamente ligada a la figura del Presidente de la República, siendo el motor de cambio, sexenio tras sexenio, por lo que todas las demás instituciones públicas y gubernamentales, así como sociedad civil se mueven en un conglomerado de intereses políticos y laborales, con el nuevo gobernante.

### 2.3.4.- Historia de los gobiernos por sexenio en México

#### 2.3.4.1.- Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988)

Este sexenio se considera una bisagra entre los anteriores gobiernos de presidentes, los cuales fueron educados tradicionalmente en el ámbito del Derecho, con una visión nacional del progreso de México como nación, que durante un tiempo formó parte en el imaginario colectivo mexicano, lleno de simbolismo político y nobiliario llamándolos comúnmente “licenciados” a todo aquel que formara parte del sistema político o fuera buen orador; contra el advenimiento de una nueva clase política de jóvenes educados en el extranjero de preferencia en universidades de los Estados

Unidos en Yale o Harvard principalmente. Estos jóvenes con estudios en doctorado en economía y finanzas conocidos como “tecnócratas”, serían la nueva clase política que gobernaría el país durante los siguientes sexenios.

Miguel de la Madrid llegó al poder en una de las épocas más complicadas del país, mucho debido a su antecesor, José López Portillo, quien nacionalizó la banca tres meses antes de salir del poder, tras dos sexenios de gastos excesivos. Como resultado, la inflación subió a un promedio de 100% cada año; el empleo informal creció alrededor de 20% entre 1983 y 1985; hubo caídas drásticas en producción, sobre todo en industrias gubernamentales, ya para ese entonces anticuadas; el crecimiento del PIB sufrió altibajos; y disminuyó el poder adquisitivo. Para resolver tales problemas emprendió la *Renovación Moral de la Sociedad*; elaboró un Plan Global de Desarrollo; estableció a nivel constitucional un sistema de planeación democrática; y más importante, inició la apertura económica, con la desregulación de aranceles y descentralización de las industrias, así como la privatización de empresas estatales, algo que seguiría con mayor fuerza su sucesor. Durante su administración, el número de paraestatales se redujo de 1155 en 1982, a 413 en 1988.

Las crisis económica durante esta década, sería el común denominador para definir cualquier aspecto de la sociedad, para expresar todo aquello que tuviera que ver con lo económico político y social era culpa de la “crisis”. La generación que nació con la crisis sobrellevaría una emigración de las zonas rurales de provincia a las grandes ciudades urbanas como la capital, por otra parte, el país sufriría una transformación social y económica, el crecimiento poblacional en la anterior década había duplicado el número de habitantes de 34 millones a 66 millones de habitantes, ocasionado entre cosas por una mejor sanidad en los servicios de salud, disminución en la mortandad y estabilidad social, que al igual que junto a una economía centralizada en aquellas épocas en el norte como (Monterrey) y zona conurbada como (Toluca, estado de México, Puebla), impediría un desarrollo al conjunto de la República, aun cuando entrara al tránsito mundial de forma incipiente (GATT)<sup>66</sup>.

Los medios de comunicación, principalmente impresos tendrían sus consecuencias sociales, que regularmente tenían su mercado en las capas medias de la

---

<sup>66</sup> Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles.



sociedad, todavía con un énfasis nacionalista del régimen del Estado-Nación, verían como la figura del Presidente como vértice del sistema entraría en crisis con la entrada de capital extranjero; parte importante fue la puesta en operación de los dos satélites en 1985, el Morelos I y II en junio y noviembre respectivamente, que vino a darle al país la imagen de progreso al entrar en la competencia mundial de la comunicaciones orbitales. En esta década el control del Estado con respecto a la información, se vería reflejado con los sucesos del terremoto sucedido el 19 de septiembre de ese mismo año, donde los medios informativos oficiales minimizaron los hechos en cuanto al número de muertos que hubo; junto a un nivel de lectores reducido con respecto a los usuarios de la televisión, que cada vez tomaba mayor relevancia.

#### **2.3.4.2.- Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)**

Tras haber llegado al poder a través de unas elecciones consideradas como fraudulentas, contra el Candidato de la coalición Frente Democrático Nacional (FDN), Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Salinas de Gortari tuvo que buscar la legitimidad que las urnas le habían negado, a través de enfrentarse a los poderes fácticos de la nación como la encarcelación del líder petrolero Joaquín Hernández Galicia; en su gobierno dio continuidad a la privatización estatal, iniciada en el anterior sexenio, así como la privatización de la Banca, la inclusión de México en el Tratado de Libre Comercio (TLC), la continuación de programas de apoyo social, a través de “Solidaridad”, así como la restauración de relaciones oficiales con el Vaticano y la restructuración de la deuda pública<sup>67</sup>.

Su sexenio marcó un antes y un después con respecto a los gobiernos priistas, principalmente con los dos anteriores que tuvieron un marcado tinte nacionalista, rompiendo con el soporte ideológico revolucionario del partido oficial en el poder; el “liberalismo social”, fue la forma que denominó al cambio económico-político que impulsó, iniciando con una privatización del campo, así como una desregulación arancelaria hacia el mercado exterior. El crecimiento económico se fundó en una ideología neoliberal, que instituyó como vértice ideológico durante su sexenio, en la

---

<sup>67</sup> Después de casi cuatro años de largas negociaciones con el FMI, con políticos de Estados Unidos, mandatarios de países como Francia, Alemania, Canadá, Japón, Gran Bretaña y de otros países y con bancos comerciales en 1992, se llegó a un acuerdo y se logró una reducción de más de 7,000 millones de dólares. Debido a este logro, la deuda se disminuyó a 20,000 millones de dólares, la deuda total (externa e interna) descendió de 63 por ciento del PIB en 1988 a 22 por ciento en 1994, y los pagos de intereses pasaron de 17 por ciento del PIB a 9.8 por ciento en 1994.

sociedad, empresas, medios y educación; el campo fue un sector que sufrió grandes cambios, que generaron un endeudamiento al ejido a largo plazo y un empobrecimiento del consumo agrícola interno. Los beneficios por la privatización se dieron principalmente a las empresas bancarias y una disminución a la deuda pública, logrando un crecimiento en el gasto social.

Durante 1990 el gobierno salinista inició la venta de sus paraestatales como TELMEX, la cual fue adquirida por Carlos Slim Helú, presidente del Grupo Carso, que iniciaría una cobertura de fibra óptica masiva en la República Mexicana, la venta por concurso de 18 instituciones financieras, permitió que el gobierno federal recaudara 13,000 millones de dólares, los cuales fueron destinados al pago de la deuda interna. Con este proceso se pretendía la descentralización y democratización del capital, con el argumento de una mayor competencia, ya que en 1994 se autorizó la entrada de bancos extranjeros. Sin embargo, hoy en día alrededor del 80% de la banca es extranjera y se ha concentrado en pocas manos, lo que es consecuencia de las decisiones de Salinas y de sus sucesores en la Presidencia de la República.

Uno de los grandes éxitos que se adjudica el salinismo, fue la apertura comercial con Canadá y los Estados Unidos, través del TLC, lo que generó un cambio en las relaciones internacionales con sus vecinos del norte que ya habían iniciado tratados arancelarios entre los dos países años antes y que posteriormente México se uniría y en sus principios nacionalistas que perduraban desde la revolución; los cambios del mundo hacia una integración se vislumbraban tras la caída del muro de Berlín y la desaparición de la URSS, Europa buscaba su integración económica, hasta la actual Comunidad Económica Europea, sería el inicio de la globalización actual. El TLCAN entró en vigor en 1994, creando la que hasta ese entonces era la zona de libre comercio más grande en el mundo.<sup>68</sup>

El TLCAN ha tenido efectos mixtos: resultados notables en materia de comercio e inversión extranjera, pero no en empleo y salarios, de lo que se deduce que ha

---

<sup>68</sup> Con la llegada de Donald Trump en 2017, a la presidencia de los Estados Unidos, el TLC, fue cancelado y vuelto a ser motivo de negociaciones entre los tres países. El 30 de septiembre de 2018, se anunció que Estados Unidos, México y Canadá habían llegado a un acuerdo para reemplazar el TLCAN con el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC o USMCA por sus siglas en inglés). El T-MEC, firmado el 30 de noviembre de ese año, es el resultado de la renegociación del TLCAN que los estados miembros realizaron entre 2017 y 2018, aunque el TLCAN seguirá vigente hasta que sus miembros lo ratifiquen.

fomentado una mayor concentración de la riqueza en pocas manos. La privatización del campo en 1991, fue motivo de protestas en todo el país, así como la culminación del reparto agrario de forma legal, modificando el artículo 27º Constitucional. Las relaciones Iglesia–Estado, fueron sin duda otro aspecto importante que su gobierno necesitaba ordenar, bajo los antecedentes donde la Iglesia había ejercido presión en contra de autoridades estatales priistas, durante 1992 el PRI presentó una iniciativa de reformas a los artículos 3, 5, 27, 28 y 130 de la Constitución; las reformas, apoyadas por (PRI, PAN y PRD), que modificaron de manera radical los términos de la relación con las iglesias, especialmente con la católica. Luego de más de un siglo de estar interrumpidas, las relaciones diplomáticas entre México y la Santa Sede se restablecieron, Carlos Salinas, fue el primer presidente mexicano en recibir al Santo Padre Juan Pablo II en su condición de Jefe del Estado Vaticano, durante la tercera visita a México del pontífice en el estado de Yucatán en 1993. La nueva legislación otorgó personalidad jurídica a las iglesias y devolvió parcialmente los derechos políticos a los así llamados “ministros de culto”, que ahora pueden votar. Sin embargo, la legislación mexicana aún desconoce el derecho de los ministros de culto a ser votados, además de que impone mecanismos muy restrictivos para el ingreso de personal religioso extranjero a México. La personalidad jurídica de las iglesias está limitada también en lo que hace a su capacidad para ser propietarias de bienes inmuebles y especialmente para ser propietarias u operar medios de comunicación electrónicos.

“Solidaridad” fue un programa de apoyo social, más allá de lo que el Gobierno hacia, para el beneficio de la sociedad más desprotegida, el programa formó parte de un ambicioso plan de apoyo en todos los ámbitos, sociales: escuelas, agua, alumbrado, pavimentación, etc. El apoyo económico durante su sexenio fue de más de 18 millones de dólares, los cuales más de mitad provenía del Gobierno Federal y el resto de los estados, el programa funcionó en parte, pero también, en ese mismo periodo aumentó la distancia entre ricos y pobres; con algunas importantes modificaciones y con el nombre de “Progresas” durante el sexenio de Ernesto Zedillo, “Oportunidades” durante el sexenio de Vicente Fox, y “Prospera” en 2014 con la presidencia de Enrique Peña Nieto, estos programas han seguido constituyendo el tronco principal de la política social del Gobierno Federal en México.

El EZLN aparece el primero de enero de 1994, junto al inicio del TLC, durante los meses siguientes el gobierno de Salinas se despertaría del sueño neoliberal, tras los enfrentamientos militares en la sierra de Chiapas al suroeste de México, el movimiento indígena había puesto sobre la mesa del Gobierno, la situación de exclusión y precariedad en la que vivían los pueblos indígenas, tras el alto al fuego, iniciarían las negociaciones entre el EZLN y los interlocutores del Gobierno, que durante todo el año se llevaron a cabo con altibajos. Las elecciones para Presidente de la República tras la muerte del candidato oficial (Luis Donaldo Colosio Murrieta en marzo del mismo año), vendría a dejar de lado al movimiento armado indígena, aislándolo mediáticamente.

El asesinato del candidato oficial del Gobierno, produjo una serie de repercusiones al interior del SPM (la muerte también de José Francisco Ruiz Massieu, líder cameral del PRI y la rebelión insurgente en Chiapas), provocó que los inversionistas extranjeros que habían comprado “*tesobonos*”, (instrumentos financieros del gobierno que aseguraban pagos en dólares, para canjear por efectivo), huyeran del país, vaciando las reservas monetarias del Banco de México (conocido como el efecto tequila); la crisis política y económica por la que atravesó el Gobierno de Salinas en su último de año, modificó el ambiente electoral que se veía propicio para que el candidato del PRD Cuauhtémoc Cárdenas ganará, sin embargo, Ernesto Zedillo, sería finalmente el siguiente presidente de México. Finalmente tras terminar su sexenio y el fallecimiento de su hermano Enrique Salinas en el 2004, su otro hermano Raúl Salinas fue encarcelado en 1995, por evasión fiscal entre otros delitos y ser autor intelectual de la muerte de su cuñado José Francisco Ruiz Massieu, quedando en libertad en el 2005 sin poder probarle nada en su contra. Carlos Salinas de Gortari se convirtió en el personaje político más odiado de México, llegando a niveles de históricos de rechazo en las redes sociales, círculos políticos e intelectuales. Su legado neoliberal, aun cuando lo ha rechazado públicamente a través de sus libros, es todavía parte de la crisis mexicana que actualmente existe.

#### **2.3.4.3.- Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000)**

Parte del grupo de jóvenes tecnócratas, Zedillo se convierte en Presidente de México el 1ro de diciembre de 1994, tras haber tomado la candidatura a la presidencia tras el asesinato de Luis Colosio Murrieta en marzo de 1994, el 1ro de agosto gana las elecciones, en un periodo de incertidumbre económica, después de los “errores de

diciembre” de ese mismo año. Sus antecedentes como Doctor en Economía y sus puestos públicos en la Secretaría de Programación y Presupuesto, serían las virtudes que Salinas vería para que diera continuidad a sus políticas económicas y lo eligiera candidato a la presidencia por el PRI; al inicio de su sexenio se vería envuelto en una serie de reproches entre su antecesor culpándose mutuamente, por la libre flotación que estuvo controlada en su sexenio anterior y que causó una fuga masiva de divisas ante la situación política del país: levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, problemas financieros, crisis política por las muertes de personajes importantes de su partido.

El peso se devaluó contra el dólar casi al triple de 3 a 12 pesos, la crisis económica provocó el cierre y la quiebra de muchas empresas, el desempleo provocado por la falta de pago y muchos deudores entre los bancos, promovió un plan conocido como Fondo Bancario de Protección al Ahorro (FOBRAPOA), para apoyar a la Banca Nacional de deudores; el Gobierno a través del Congreso de la Unión aprobó, absorber la deuda de los bancos en deuda pública generando un gran descontento social. La solución fue un préstamo de los EUA, para poder salir de la crisis y poder gobernar durante los seis años siguientes, además de promover una apertura democrática como nunca en la historia en reformas constitucionales, aceptando cohabitar con diferentes gobernadores en varios estados de la República de partidos distintos al PRI, además de perder la mayoría en el Congreso de la Unión; en su sexenio la administración pública mexicana sufrió de cambios importantes, el Programa de Modernización de la Administración Pública fue el primer gran intento por reformar la administración pública federal bajo los estándares internacionales de la nueva gerencia pública.

La crisis interna del PRI, provocó que por vez primera el presidente no eligiera a su predecesor (como comúnmente se hacía), abriendo el camino a las candidaturas a la presidencia de una forma más democrática dentro de su partido; esto trajo como consecuencia, la falta de un control al que estaban acostumbrados, la pérdida de las elecciones en el 2000 por vez primera, desde su fundación como partido en 1929. Su legado político se vio ensombrecido por la matanza de Aguas Blancas, en el estado de Guerrero, por policías judiciales contra un grupo de campesinos, así como la masacre en Acteal, en 1997 por fuerzas paramilitares en el Estado de Chiapas, contra un grupo de indígenas que se encontraban en el interior de una iglesia; la resolución de la

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), recibió una demanda en contra de Zedillo y altos mandos del Ejército Mexicano, tras la sospecha de la participación de funcionarios públicos, la SCJN, resolvió en el 2009, un amparo a favor de los culpables por evidentes fallas en la investigación y fabricación de evidencias. Por su parte, en septiembre de 2012 los Estados Unidos decidieron conceder inmunidad a Ernesto Zedillo, con lo cual se le blindó frente al posible resultado adverso de la demanda presentada ante la CIDH.

#### **2.3.4.4.- Vicente Fox Quesada (2000-2006)**

Fox es actualmente junto con Salinas de Gortari, uno de los presidentes vivos que siguen estando presentes en los reflectores de los medios de información nacionales y extranjeros sobre asuntos públicos. Fue el primer gobernante distinto al PRI, tras 71 años de hegemonía en la Presidencia de la República, empresario de formación, de antecedentes familiares europeos, Fox ganó las elecciones contra Cuauhtémoc Cárdenas del PRD y Francisco Labastida del PRI, su campaña abierta y de hablar franco, le valió la simpatía y gran popularidad de los electores contra las figuras políticas tradicionales; las promesas de campaña de un cambio en el Sistema Político Mexicano, pronto se convirtieron en una decepción al no ver esto realizado durante su sexenio, el sistema priista siguió inalterable, así como sus modos y costumbres institucionales. Muestra de ello, fue dar continuidad al modelo económico liberal, que mantuvo durante su gobierno, junto a diversas situaciones que generaron que no solo en México se le criticara, sino a nivel internacional; durante su gobierno se generaron varias crisis diplomáticas por su actitud y falta de criterio, evidenciando una imagen fuera de los protocolos propios de su investidura.

El primer enfrentamiento diplomático fue con el líder cubano Fidel Castro en el 2002, en la Cumbre de las Naciones Unidas en Monterrey, tras pedirle que abandonara el país después de comer, para así evitar que se confrontara con el presidente de EUA, George Bush, este ejemplo, fue uno de los sucesos que marcaron su personalidad durante su gestión; en el 2005 Fox vuelve a tener otra crisis diplomática, ahora con los miembros del Mercosur: Argentina, Paraguay, Uruguay y Venezuela, por su renuencia a

la creación del ALCA<sup>69</sup> este último, rompería relaciones diplomáticas con el gobierno de Fox, durante el régimen de Hugo Chávez, el dirigente Bolivariano criticó el apoyo de Fox a la intromisión imperialista de los Estados Unidos, proponiendo a su vez el ALBA, (Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América), Fox tendría varios enfrentamientos con diversos países latinoamericanos, principalmente con gobiernos de izquierda.

Por otra parte, durante su gestión se dio una gran importancia al problema migratorio con los EUA, sin embargo; tras los sucesos del 11 de septiembre, los EUA endurecieron y cerraron todo tema migratorio, aun así se logró un avance en la reducción de intereses por la remesas provenientes de los connacionales, así como también se avanzó en una reforma electoral con el IFE, para permitir el voto para Presidente de la República en el extranjero para el 2006. El desencanto por un cambio en la economía de la gente, vino a ser una decepción social, para la mayoría de los mexicanos, varios sectores como la educación y la investigación tuvieron considerables rebajas en el presupuesto federal, llamándole el sexenio perdido; su fin de sexenio se vio marcado por un claro intervencionismo en el proceso electoral, contra AMLO, la diferencia de votos entre Calderón y López Obrador se vería reflejada en el rechazo a Fox el día que se le puso la banda presidencial en el Congreso de Unión, finalmente, Fox fue expulsado del PAN en el 2013, por apoyar abiertamente a Enrique Peña Nieto en las elecciones presidenciales y últimamente en las elecciones federales del 2018 a José Antonio Meade ambos de PRI.

#### **2.3.4.5.-Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012)**

Su presidencia estuvo marcada por el lanzamiento de la guerra contra el narcotráfico en México, que comenzó casi inmediatamente después de su toma de posesión. La tasa de homicidios se disparó durante su presidencia. Al final de su administración, el número oficial de muertos de la guerra contra las drogas fue de al menos 60.000. En economía, la deuda externa aumenta en más del 90% durante su presidencia y la tasa de pobreza pasa del 43 al 46%. Sin embargo, en la crisis económica de 2009, México se mantuvo estable y a partir de esa crisis se reportó un crecimiento de 20%; el Producto Interno Bruto (PIB) también creció 4.1% a tasa anual, de acuerdo a

---

<sup>69</sup> El Área de Libre Comercio de las Américas o ALCA fue el nombre oficial de un acuerdo multilateral de libre comercio, firmado en Miami durante la I Cumbre de las Américas de 1994, que abarcaba a todos los países del continente americano, con excepción de Cuba.

datos del INEGI. Por otra parte, México redujo su déficit comercial a 169.5 millones de dólares en junio de 2012, a comparación de 245 millones de dólares que registró en mayo 2011. El gobierno de Calderón gastó en publicidad 6 mil 860 millones de pesos.

Al igual que Fox, Calderón tuvo problemas con el Gobierno de Venezuela, estando ya fuera de la presidencia, Nicolás Maduro lo considero “*persona non grata*”, a su gobierno en 2015; Calderón es abogado, con estudios de maestría en el ITAM y doctorado en Harvard, con una amplia trayectoria dentro del panismo nacional, así como de cargos públicos. Su lema durante su campaña fue la creación de más y mejores empleos, la cual sería todo lo contrario terminando su administración con una tasa de desocupación de 5 puntos, 1,4 más que los 3,6 de la administración de Vicente Fox, de visión conservadora opuesta a los derechos individuales, llevó a cabo una campaña “negra” abierta contra AMLO; en una histórica y ríspida sesión de investidura, custodiado por militares y policías, se pondría la banda presidencial. Las elecciones dejaron una imagen de fraude electoral, al que le siguió una serie de protestas en la capital del país por varios meses de parte de simpatizantes de AMLO, el cual exigió una reforma a la ley electoral, que contara voto por voto cuando la diferencia entre el primero y el segundo lugar fuera menor al 1%.

Durante su gestión durante la guerra al narcotráfico, la crítica fue implacable al no tener un plan estratégico de largo alcance, más que el combate directo a los carteles criminales en todo el país, obviando la impunidad y la corrupción de autoridades coludidas con el narco; los constantes abusos del ejército hicieron que CNDH tomara cartas en el asunto. Esto generó que se tratara de profesionalizar a los cuerpos policiales, sin mucho éxito, otra crítica a su sexenio, fue el aumento de la pobreza en el país de 45 millones a casi 60, al igual que aumento la deuda externa en 100%; México al igual que otros países sufrió la crisis de 2008 al 2012, finalmente quiso cambiar constitucionalmente el nombre de Estados Unidos Mexicanos, por el de simplemente México y tampoco lo logró.

#### **2.3.4.6.-Enrique Peña Nieto (2012-2018)**

Luego de 12 años de gobierno panista, el PRI vuelve a ganar la elecciones para Presidente de la República, el sexenio de Peña Nieto se convirtió en el clímax de corrupción, violencia y pobreza, tras haber ganado con 19 millones de votos la



presidencia contra los 15 millones de votos de AMLO, con el apoyo de los grupos mediáticos más importantes y empresariales en México. Peña pertenece al grupo Atlacomulco del estado de México, del cual fue Diputado y Gobernador, abogado de profesión, su vida política estuvo alrededor del ex gobernador de ese estado Arturo Montiel Rojas. Peña Nieto fue lanzado como candidato a la presidencia bajo la alianza con el PVEM, realizando una campaña mediática sin precedentes en la historia de México.

Casado por segundas nupcias con la actriz Angélica Rivera en el 2010, proveniente de una familia política por ambas partes, Peña Nieto inició su carrera política en el PRI a los 18 años de edad, ya siendo gobernador inició un plan de desarrollo impulsando el crecimiento en vías terrestres, para unir a la zona urbana de la capital con la del estado de México; su periodo contrasta con un aumento en la desigualdad de la riqueza, aun cuando es el estado con mayor crecimiento en PIB. Dentro su gestión como gobernador enfrentó el caso “Atenco” con serias repercusiones en políticas y sociales, por la violación a los derechos humanos por parte de las fuerzas armadas que reprimieron a los pobladores de ese poblado; la impunidad y la corrupción en el tratamiento de la investigación propició que quedaran impunes los delitos cometidos por las autoridades policiales.

Luego de concretarse la alianza entre el PRI, Verde y Nueva Alianza, se convirtió en candidato único a la presidencia, contra los otros candidatos AMLO por el PRD, PT y MC, Josefina Vázquez Mota por el PAN y Gabriel Cuadri de la Torre por el PANAL; su campaña mediática con su lema “te lo firmo y te cumplo”, gozó de apoyo desmedido de recursos económicos, que fueron exonerados por el IFE, así como de una cobertura en medios electrónicos que se convirtieron en “*trending topics*” nacionales, a favor o en contra. El apoyo del grupo TELEVISA, en su campaña fue sin duda el factor que Peña Nieto estuviera en todos los medios y fuera conocido más que sus otros contrincantes, el movimiento “Yo Soy 132” tras el incidente en el ITAM,<sup>70</sup> fue uno de

---

<sup>70</sup> El movimiento “YoSoy132”, fue un movimiento ciudadano conformado en su mayoría por estudiantes de educación superior, tanto de instituciones públicas como privadas, residentes en México, así como residentes y simpatizantes en más de 50 ciudades del Mundo. El movimiento inicialmente buscaba: la democratización de los medios de comunicación, la creación de un tercer debate entre los candidatos presidenciales y el rechazo a la imposición mediática de Enrique Peña Nieto como candidato en las elecciones presidenciales 2012. Posteriormente el movimiento “YoSoy132” presentó un plan de seis puntos que incluye diferentes temas de interés público. El nombre “YoSoy132” se refiere al auto

los movimiento más importantes que generó una campaña en contra de Peña Nieto y a la manipulación de la información por parte de medios y de sus propio grupo de campaña.

Al llegar a presidencia propuso el “Pacto por México”, iniciando una serie de reformas estructurales que a la postre serían motivo de repercusiones sociales, políticas y económicas. El pacto estaba dividido en cinco secciones que enumeran el tipo de acuerdos tomados en cada uno: 1) Acuerdos por una sociedad de derechos y libertades; 2) Acuerdos para el crecimiento económico, empleo y competitividad; 3) Acuerdos para la seguridad y la justicia; 4) Acuerdos para la transparencia, rendición de cuentas y combate a la corrupción; y 5) Acuerdos para la Gobernabilidad Democrática. Entre todos ellos, el pacto por la educación fue sin duda el que más atención tuvo en los medios al ser rechazado por maestros del SNTE y su líder sindical Elba Esther Gordillo.

Otro aspecto controversial de las reformas estructurales, fue la energética, la reforma proponía abrir la posibilidad a la inversión extranjera en tal industria dominada actualmente por PEMEX mediante contratos de exploración y extracción de hidrocarburos, e igualmente cambiaría el texto del artículo 28 constitucional para permitir a capitales privados la participación en algunas actividades del proceso industrial el petróleo. En materia de electricidad la propuesta también prevé la participación del mercado privado en dicha industria energética a la par de la intervención de la Comisión Federal de Electricidad, especialmente en lo respectivo a energías renovable. Encontrado más oposición por parte de los restantes partidos políticos que conforman las Cámaras especialmente por los de izquierda.

La reforma en telecomunicaciones fue bastante impopular y causó gran revuelo y manifestaciones casi de inmediato, sobre todo entre activistas y defensores de la libertad de internet que alegan que el proyecto recae en actos de censura y atentados contra la privacidad. Ha sido objeto de varios debates sobre las implicaciones de su aprobación. Con algunos cambios fue aprobada por ambas cámaras del congreso y fue promulgada finalmente el 14 de julio de 2014. En materia de política de seguridad se enfocó principalmente en reducir la violencia, sin gran éxito, en vez de atacar a las organizaciones criminales de manera frontal, como lo hizo el gobierno de Calderón.

---

afiliación y apoyo al movimiento como el miembro número 132 tras la publicación de un vídeo en el que 131 estudiantes contestan las declaraciones de algunos funcionarios públicos.

Su política exterior con el resto de América ha sido normal a comparación de sus predecesores, y de bajo perfil diplomático, su relación con los EUA fue un trámite de formalidad y de continuidad en el TLC, de la misma manera que con el resto de Europa occidental, finalmente tres situaciones han marcado su sexenio; la desaparición de los 43 estudiantes normalistas de Ayopzinapa por fuerzas policiales coludidas con grupos delictivos en la sierra de Guerrero en el 2014. Estos eventos han causado gran indignación tanto en el ámbito nacional como en el internacional, básicamente por los resultados tan turbios de la investigación. Diversos colectivos, organizaciones no gubernamentales, mandatarios de diversos países, la CIDH y ciudadanos de diversas nacionalidades se han expresado por el esclarecimiento de los hechos y castigo a los culpables.

La “Casa Blanca”, fue un reportaje periodístico publicado el nueve de noviembre de 2014, que denunció la compra de un inmueble de siete millones de dólares al Grupo Higa, una empresa beneficiada con contratos públicos durante la etapa de Peña Nieto como gobernador del Estado de México, por parte de la primera dama, Angélica Rivera. Dicho reportaje provocó la cancelación de la licitación del proyecto del tren México-Querétaro a una de las empresas del Grupo Higa. Así mismo, otro reportaje reveló otra compra vinculada con el consorcio, realizada esta vez por el entonces secretario de Hacienda, Luis Videgaray, con una casa de Malinalco, Estado de México. En el 2017, tres ex directivos de Odebrecht aseguran que Emilio Lozoya, ex director de Pemex y colaborador del presidente, recibió 10 millones de dólares en sobornos. Además, la organización mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad precisó que Peña Nieto se reunió en cuatro oportunidades, entre 2010 y 2013, con el máximo ejecutivo de la empresa, Marcelo Odebrecht. La gestión de Peña Nieto marcó un límite en la sociedad mexicana, el control y gasto en publicidad para medios de comunicación durante su periodo a favor de su gestión, no fue suficiente para que la sociedad votara de nuevo por su partido, AMLO y MORENA, ganarían las elecciones a Presidente de la República en Julio del 2018.

#### **2.4.- Contexto de medios de comunicación latinoamericanos**

Como parte de la investigación sirve a bien describir el contexto de las estructuras mediáticas que existen América Latina, para ello las investigaciones de César Bolaño, Guillermo Mastrini, Martín Becerra, Enrique Sánchez Ruiz, han venido

ilustrando la verdadera naturaleza y función productiva del sistema mediático en Latinoamérica. Ellos han establecido varios enfoques con los que se han hecho aportaciones importantes al campo académico de las ciencias sociales,<sup>71</sup> con énfasis en los medios de comunicación, presentando algunos temas que son los que dominan el espectro en Latinoamérica: sociales, económicos, políticos y culturales.

América Latina ha sido una región de cambios socioculturales y tecnológicos en los últimos cinco lustros; pero también hay un déficit de estudios que abordan a los medios desde el punto de vista de la Economía-Política de la Comunicación. Hay es verdad, un afán de describir la relación entre medios de comunicación y poder político, en ningún otro lugar de la tierra se ha dado tanto énfasis al estudio sobre la relación entre estos dos sistemas coadyuvantes, al mismo tiempo que se ha ido formando la existencia de una escuela muy diferenciada y significativa de las escuelas anglosajonas. Latinoamérica tiene rasgos en común, una historia colonial compartida, un idioma, una cultura, una religión, pero también una historia de cambios sociales y políticos muy estrechos, su independencia de la Corona Española, sus revoluciones internas; así como, sus personajes de poder político, caudillos idealizados y dictadores odiados. Una sociedad mestiza con características de añoranza europea y de rescoldos monárquicos, que contiene en sus vigentes instituciones, políticas, económicas y sociales; una incongruencia de intereses con la sociedad actual.

Estas características de gobiernos autocráticos, relacionadas con los intereses siempre privilegiados al extranjero (el azúcar en Cuba, el petróleo en México y Venezuela, el caucho y la madera en Brasil), nos dan un contexto histórico para poder entender y analizar el tipo de relación que se daban desde entonces hasta ahora en Latinoamérica, principalmente entre los medios de comunicación y el poder político y económico.<sup>72</sup> La primera mitad del siglo XX en Latinoamérica fue aprovechada (al igual que en los países de Europa se difundió el fascismo), la transmisión de ideas políticas, en los países más desarrollados en ese entonces (Argentina, Brasil, Chile,

---

<sup>71</sup> León Duarte, expone en su tesis doctoral, la importancia de una institucionalidad académica en el campo de medios de comunicación y su impacto al resto de las instituciones académicas en el continente latinoamericano. <https://www.researchgatenet>. Inf loc: 13/03/2017.

<sup>72</sup> Si bien durante la colonia se fundaron imprentas y periódicos, estos obedecían principalmente a la corona o a la Iglesia, no sería sino hasta finales del siglo XIX y a principios del siglo XX, que aparecerían otros medios de comunicación como el ferrocarril, el telégrafo, el cine y la nueva prensa política e ideológica.

México y Venezuela), el nuevo esquema populista e ideológico de orden económico y político, a través del Estado que controlaría los nuevos medios de comunicación con mayor alcance, como: el cine y especialmente la radio.

Estos medios de comunicación generaron una difusión de las políticas nacionalistas de los estados latinoamericanos, también por el contexto que se vivía en Europa ante el avance del socialismo y el fascismo; la radio tuvo desde México con la XEW - la voz de América Latina- la integración de un panamericanismo.<sup>73</sup> Después de la Segunda Guerra Mundial y la victoria militar de los EUA, el capitalismo de los vencedores tendría dos enfoques distintos. Para la Europa en bancarrota, la trasmisión del ideal democrático americano<sup>74</sup> y una reeducación y desnazificación de los vencidos, así como un apoyo económico a través del “Plan Marshall” por los Estados Unidos a la industria devastada por la guerra; mientras que para Latinoamérica, hubo un apoyo a los gobiernos populistas de tinte dictatorial,<sup>75</sup> pero con intereses económicos capitalistas, por parte de los estados con gobiernos militares, por cuestiones de permisos para la explotación de sus recursos naturales, donde se consintió la violación a los derechos humanos.

La definición funcionalista desarrollista en los 70, sobre el progreso de los llamados “países del tercer mundo”, originó la necesidad de hacer propias evaluaciones de la Economía Política de los Medios de Comunicación, desde un enfoque social neo-marxista, distinto a la visión del dominio capitalista.<sup>76</sup> El movimiento de países no alineados (MPNA), anunciaba un nuevo orden mundial donde la economía y la comunicación serían parte fundamental del desarrollo, se buscaba con ello, una equidad en la información para el beneficio de los países rezagados que se había concentrado en los países como los EUA y Europa Occidental (medios masivos, tecnología de punta, agencias de información, publicitarias y propagandísticas), en un intento de modificar el

---

<sup>73</sup> Cantantes y actores, tuvieron su época dorada de difusión, la música y las películas de temas nacionales, se escuchaba y se veían, tanto en Caracas, como en Buenos Aires y la Cd. de México.

<sup>74</sup> España también tenía una dictadura desde 1939, pero fue sostenida por los intereses geoestratégicos de los estadounidenses ante el peligro de la URSS, al terminar el conflicto bélico mundial.

<sup>75</sup> La excepción fue Cuba, donde hubo una revolución socialista en 1958, liderada por Fidel Castro y fallecido con un régimen vigente en 2016.

<sup>76</sup> Muchas de las aportaciones académicas que defendían la necesidad de una visión propia, con respecto a otras visiones externas, fue José Marques de Melo, precursor de la escuela latinoamericana de comunicación (ELACOM).

predominio económico y por consecuencia cultural;<sup>77</sup> se llevaron a cabo conferencias en varios países en vías de desarrollo en Asia, África y América del Sur, para que a principios de los 80 del siglo XX, la UNESCO presentará el informe MacBride,<sup>78</sup> donde postulaba los lineamientos principales para el desarrollo igualitario y equitativo en las sociedades emergentes de los países subdesarrollados, el proyecto tuvo sus rechazos y acepciones que fueron las que finalmente terminaron por quedar solamente en una propuesta de instalar políticas nacionales de comunicación.

Los medios de comunicación pasaron de ser portavoces de las políticas públicas populistas, para actualmente ser medios privados en la mayoría de los casos, regidos por el mercado mundial en regiones de alta polarización económica, esforzados en promover el desarrollo económico y el nivel de vida, en una contradicción no solamente inversa; sino, capaz de generar una opinión pública favorable de sus intenciones.<sup>79</sup> Durante los siguientes 30 años se daría el advenimiento y consagración de otro medio de comunicación como la televisión, que vendría a rivalizar con los antiguos medios (radio, cine y prensa), pero no sería de riesgo informativo o de apertura democrática sobre la situación social, económica y política, sino más bien; de apoyo a las políticas públicas estatales de intereses particulares de los nuevos empresarios mediáticos. La concentración y empoderamiento de los medios de comunicación,<sup>80</sup> bajo la tutela de los gobiernos a través de concesiones y la utilización de medios para sus políticas, fueron sin duda lo que marco este período antes de que se diera un cambio en la concepción

---

<sup>77</sup> Schlesinger, Philip; Morris, Nancy Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. III, núm. 5, junio, 1997, pp. 49-85 Universidad de Colima Colima, México. P, 52. <http://www.redalyc.org/pdf/316/31600504.pdf>. Inf loc: 21/09/2018.

<sup>78</sup> Un aspecto fundamental del Informe McBride es que habla acerca de las sociedades actuales llamadas también “sociedades modernas” que son una muestra de lo que representa la comunicación y la globalización en el mundo actual. La información es primordial para que la sociedad subsista y dentro de esta estructura se toma como el más apto el que tenga mayor información. Sean MacBride. “Un solo Mundo, voces múltiples, comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. México. 1980. <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>. Inf loc: 21/09/2018.

<sup>79</sup> Barbero Jesús Martín. Medios y Cultura en el Espacio Latinoamericano. 2004. N° 5 Revista de la Cultura. Pensar Iberoamérica. <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm>. Inf loc: 21/09/2018.

<sup>80</sup> Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín: Periodistas y Magnates. Prometeo, Libro. Buenos Aires. 2006.

sobre el poder público de los medios y sus responsabilidad ante la sociedad, como difusores de la democracia, aunque en un terreno infértil para ello.<sup>81</sup>

El neoliberalismo no se ha visto determinado por regímenes políticos específicos, pues tiene la capacidad de asentarse tanto en democracias como en dictaduras, lo cual lleva a pensar que, para el caso específico de las democracias, la participación de los sujetos se vuelve crucial para su legitimación. (Harvey 2007, p. 38-43)<sup>82</sup>

Las políticas neoliberales causaron el aumento de la pobreza, que en algunos países alcanzó al 50% de su población y la ampliación de la brecha social entre pobres y ricos. En el plano económico, los efectos más graves fueron el quiebre de las industrias locales, las privatizaciones indiscriminadas y el aumento de la deuda externa con el FMI. Por su parte, la conversión de los medios en empresas neoliberales, tuvo dos aspectos importantes; el primero obedece a un protagonismo de las telecomunicaciones en el desarrollo económico en Latinoamérica y por otra, al avance tecnológico y a la desregulación con respecto al marco legal que definía su funcionamiento y relación con el Estado.<sup>83</sup> Estos pilares neoliberales estaban enmarcados en otros principios ideológicos que sostenían el nuevo modelo económico, alejarse de los movimientos de izquierda y nacionalismos radicales (como la revolución socialista en Cuba), así como también desterrar los argumentos en contra de esta postura económica de la escuela keynesiana de la CEPAL; el método utilizado para estos cambios, fue una primera fase de reformas antiinflacionarias, luego vinieron las privatizaciones, apertura comercial y la flexibilización laboral. El *establishment* capitalista transformó estos principios en un libreto para toda la sociedad. El mismo relato fue expuesto por los gobernantes en cada una de sus naciones latinas, transmitido en las escuelas como dogma, enaltecido en las universidades y popularizado por los medios de comunicación y sus analistas tecnócratas.

---

<sup>81</sup> A finales del siglo XX, la mayoría de los países latinos, tenían un gobierno bajo las directrices económicas neoliberales, donde algunos como el caso chileno, presumía su éxito en la reducción de su índice de pobreza y desempleo, mientras que otros suponían el mayor ejemplo de capitalismo salvaje: Venezuela, Argentina, México.

<sup>82</sup> [www.scielo.org.mx](http://www.scielo.org.mx) info.27/08/2017.

<sup>83</sup> Bajo esta lógica neoliberal que potencia la concentración de los medios de comunicación social, podemos aducir que la democracia, la política y la ciudadanía están siendo redefinidas desde las lógicas del consumo, la oferta y la demanda de productos mediatizados por los sistemas interconectados de información global. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3417249.pdf>. inf loc: 28/08/2017.

Durante los 80 y los 90 las nuevas industrias culturales bajo el nuevo modelo económico, tuvieron un crecimiento exponencial, la adquisición de satélites propios, televisión por cable, fibra óptica, antenas parabólicas; todo ello condujo a la existencia de una nueva forma de entretenimiento social, sin la participación estatal. En la primera década del siglo XX, el medio que más popular se ha vuelto, por sus alcances sociales y por la esperanza de que fuera un medio de comunicación que revolucionaría las desigualdades sociales y económicas es el internet.<sup>84</sup> Su uso ha ido creciendo en los últimos cinco años, aun cuando existen grandes diferencias por regiones a su acceso, es decir; su conectividad no es homogénea en todos los países, la CEPAL admite que la penetración de internet en las regiones es distinta, debido a la distribución del ingreso de los países y la localización geográfica de los hogares en los que aún no se logra el acceso.

Los grandes grupos mediáticos en Latinoamérica que controlan las empresas más importantes del mercado, generan una concentración de oligopolios. Esta relación puede ser vista desde la condición asimétrica del poder que mantienen los grupos económicos dominantes, sin embargo, no se puede obviar la importancia social que tienen los medios de comunicación social y mucho menos, negar la relación que existe entre la industria informativa y el sistema económico neoliberal imperante. Esta relación se da entre las empresas que controlan las actividades y rubros más importantes en cada país, alcanzando a cubrir la totalidad de sus necesidades básicas: salud, vestido, alimentación, entretenimiento, comunicación y vivienda.

### Descripción de los principales grupos de comunicación en Latinoamérica

País	Grupo /familia	Descripción	Conexiones
		Año de creación 1930. Rubro: tv, radio, revistas, editorial televisa, cine, video, música, espectáculos, telefonía, deporte, sitios web.	Tiene alianzas con New Corp, Time Warner y Prisa. Galavisión. EUA. La Sexta. España. Chile visión.

<sup>84</sup> Según datos de la CEPAL en el 2015 el 43% de los hogares estaban conectados a internet, el doble que existía en el 2010. El porcentaje de usuarios de Internet con respecto al total de la población de América Latina y el Caribe creció 10,6% al año entre 2000 y 2015, lo que permitió reducir la brecha existente con los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE): se pasó de una diferencia de 37,2 puntos porcentuales en 2010 a 25,2 puntos porcentuales en 2015. [www.cepal.org/es/.../cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-cari](http://www.cepal.org/es/.../cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-cari) Inf loc: 22/03/2018.



<b>México</b>	Televisa/Azcárraga	Produce y transmite vía satélite a nivel internacional Europa, América y Asia. Otros: play city, lotería en línea, socio volaris. Filantropía: fundación televisa. Venta anual: más de 350 millones d/d.	
	TV Azteca/ Salinas-pliego	Año de fundación: 1993. Rubro: televisión, música, mueblerías, bancos, telefonía celular e internet	Llega a Sudamérica y Estados Unidos. Alianza con América Network
	OEM/Vázquez Raña	Año de creación 1976. Rubro: prensa y revistas.	Control en más de 80 diarios a nivel nacional.
	Carso/Slim	Año de creación 1980. Rubro : Telefonía celular satelital	Influencia en muchos países de América y Europa. Alianza con Telmex y telefónica de capital español. Así como con Latinoamérica New Corporation de Murdoch.
<b>Brasil</b>	Abril/Civita	Año de fundación 1950. Rubro: editorial educativa, libros, revistas, es la mayor empresa editorial en Brasil, con tintes educativos, y actividades de diversión. Su editora abril pública: veja, placar, Elle, playboy, vip y salud masculina. Posee MTV Brasil, portales web, y varias editoriales gráficas y educativas.	Alianza con grupo francés Legardere, acciones con Fohla y el Clarín en UOL. (Universo on line)
	Globo/Mariho	Año de fundación: 1925. Rubro: radio, música, internet, TV por cable, TV satelital. Productora y distribuidora televisiva y de cine. Agencia de noticias, prensa diaria. Revistas. Parques temáticos, telefonía. Sitios web. Bancos, mercado inmobiliario. Industria alimenticia. Filantropía. Ventas anuales más 850 millones D/D	Tiene alianza con editoras en Europa, especialmente con alemanas.
	Fohla/Frías de Oliveira.	Fundación. 1986. Rubro: prensa, portales web de información, empresas tecnológicas para el comercio y pagos electrónicos. Juegos, web de contactos y bases de datos, asesoramiento en tecnología de la información.	Alianza con grupo abril, accionista mayor de UOL. (Universo on line). La compra de Video Broadband Networks. Lo convierte en la 3era mayor empresa en latino América.
		Fundación. 1929. Rubro: medios de comunicación y entrenamiento, telecomunicaciones,	Influencia en Europa y América y China. Alianza con America on line inc, AOL

<b>Venezuela</b>	Cisneros/Cisneros	productos de consumo y bienes y raíces. TV, canales de cable latinoamericanos. TV satelital, productora de TV. Radio. Deportes: beisbol sitios web. Otros: cervecera regional, minería, cosméticos, tiendas de video y supermercados. Ventas:3500 mld/D.	time Warner inc. the coca cola company. Play boy franquicia. Chile visión, Univisión, Universal, music. Veneviòn continental: canal Chile, Colombia, y Uruguay.
<b>Argentina</b>	Editorial perfil S.A /fontevecthia	1976 año de fundación. Rubro : revistas, libros, periódicos,	Influencia en Sudamérica. Alianza con grupo abril y Fohla bajo el proyecto UOL.
	Clarín/Magneto, Herrera de Noble.	Fundación 1945. Este grupo conformado oficialmente en el año 1999. Rubro: los diarios Clarín (el diario de mayor circulación en Latinoamérica) y La Razón, la empresa Arter, que opera y comercializa el canal de aire El Trece de Buenos Aires y la señal de cable. Todo Noticias, televisión por cable Cablevisión, junto con decenas de empresas editoriales, radio y televisión, Internet, telecomunicaciones, imprentas gráficas, correo tradicional y servicios de tercerización. Ventas anuales : 230 mill D/D.	Para 1980 el Grupo Clarín se diversificó enormemente a partir de 1990, cuando entró en el rubro de la televisión con la adquisición de Canal 13, y se adentró también en la radio con la compra de Radio Mitre. Siguiendo su expansión en la televisión por cable en 1992 (Multicanal), Todo Noticias (el canal de noticias del grupo) El conglomerado maneja Patagonik Film Group.
<b>Colombia</b>	Bavaria/Santo Domingo.	Fundación.1997. rubro: medios y entretenimiento, industria comercio, servicios. Logística y transportes, agroindustrial y inmobiliario. TV caracol, y caracol radio, posee el diario el espectador, y la revista cromos.	Alianza con grupo Cisneros de Venezuela, inversiones con UOL y tv peruana y portuguesa.
<b>Chile</b>	Mercurio/Eastman	Fundación: 1900. Rubro: medios de comunicación. Prensa, radio, tv por cable, telefonía, Emol portal de internet. Es el conglomerado mediático más importante, posee el diario editado en español más antiguo de América.	Alianza con el grupo español prisa.
	Copesa/Pico Cañas	Año: 1950. Rubro: medios de comunicación. Prensa, (la tercera, la cuarta, la hora, posee otro medio de multiplataforma: pulso. Revistas :	Alianza con la universidad de la concepción. Controla corpBanca. Org financiera con sucursales en Venezuela. Es

			dueña de la universidad Andrés Bello
<b>Ecuador</b>	El comercio/mantilla Jácome.	Año de fundación: 1906. Rubro: medios de comunicación. Prensa, radio, TV. Posee portales web.	Está afiliada a la cadena SOLAR (Sociedad Latinoamericana de Radiodifusión) tiene enlace directo con toda América Latina y es miembro principal de Ecuadoradio. Radio Platinum

Tabla 9.- Fuente: Mancinas (2008), datos actualizados por el autor.

Son 14 grupos corporativos los que controlan no solo medios de comunicación, en todo el continente sudamericano, sino que también presentan alianzas estratégicas en algunos rubros entre ellos, para conformar conglomerados mediáticos a nivel mundial, estableciendo un conjunto de reglas y acuerdos de mutuo beneficio dentro del libre mercado internacional. En América Latina, no fue hasta la década de los 80, que se observó un desplazamiento de los medios escritos de las formas estatales y familiares a las de la corporación, consolidándose como grandes empresas informativas, para posteriormente empezar su concentración. Los autores Pérez Gómez y Miguel de Bustos identifican las siguientes causas económicas del origen de los grandes grupos de “info-comunicación”.

- La necesidad de responder a la globalización de mercados progresivamente liberalizados.
- “El deseo de incrementar el tamaño y la capacidad económica de las empresas de comunicación, que al operar como grupo pueden incrementar sus mercados y sus audiencias, determinando un mayor beneficio en la espiral audiencia-tirada/publicidad/ingresos”
- La búsqueda de economías de escala, las cuales consisten en aumentar la producción para disminuir significativamente los costos de elaboración de un producto, en este caso, de un periódico.

Sin embargo, en la prensa escrita, especialmente en los periódicos de Latinoamérica, se pueden identificar otras causas de centralización: El alto costo de producción de contenido (noticias). Para que una empresa de información escrita sea capaz de producir su propio contenido es necesario contar con el capital suficiente. Sin embargo, debido a los altos costos que esto implica, provoca que los grandes consorcios tengan poca competencia, centralizando su poder económico y mediático.

- La falta de leyes anti monopolísticas o de regulación de la expansión de los grandes consorcios mediáticos.
- El involucramiento de los estados autoritarios en el manejo de contenidos.

El Gobierno y medios están involucrados en una relación de beneficios mutuos en la que el Gobierno obtiene espacio en el contenido del periódico buscando el consenso ciudadano y el corporativo obtiene recursos extras, a ninguno de los dos les convendrá que entren nuevos medios con los que no se tienen este tipo de convenios, evitando así la diversidad mediática. Los efectos de la centralización de la prensa se pueden percibir en dos importantes sectores: el de la información y la economía. El primero se muestra en el instante en que cada vez menos grupos o personas son dueños de los periódicos, haciendo que se centralice y por tanto, limite la producción de la información. Esto tiene como consecuencia la falta de pluralidad de los discursos y posturas, así como la posibilidad creciente de un sesgo en la información y el riesgo de que los medios solo representen o difundan la visión de las élites sociales, dueñas de los consorcios mediáticos.

Desde la perspectiva económica, la concentración mediática implica la creación de grandes consorcios y empresas de gran poder en el mercado, lo cual no solo impide la posibilidad de que periódicos emergentes puedan competir contra ellos, sino que convierte a estas corporaciones en personajes importantes en la escena pública, en constructores de opinión pública y en influyentes en la gobernabilidad del Estado en el que se erigen. Como se ha dicho anteriormente la prensa se había convertido en el cuarto poder. Otro efecto económico de la centralización mediática en la prensa es que los grupos concentrados suelen disponer de una situación financiera holgada, lo que le permite desarrollar políticas de precios predatorias. Esta práctica se aplicó en la prensa diaria inglesa con la desaparición de importantes matutinos londinenses y la asfixia de otros. Un estudio realizado por el Banco Mundial destaca que América Latina es la región con menor participación del Estado en la propiedad de los medios gráficos y audiovisuales, esto explica en parte la presencia grandes consorcios de prensa como *el Clarín* en Argentina y el *Globo* en Brasil.

En algunos países de Latinoamérica se han centralizado los medios de información, sin embargo; con las nuevas tecnologías y el auge de las redes sociales, se construye una

realidad que confronta el autoritarismo de estas empresas. La centralización mediática de la prensa tiene varias repercusiones como la tendencia a la comunicación vertical y autoritaria por los grandes y apoderados consorcios mediáticos, la hegemonía de una visión y discurso mediático (falta de pluralidad discursiva) y la consolidación de estos consorcios como el cuarto poder dentro de los Estados Nación. En América Latina la centralización mediática es una condición que se repite en varios países debido a diversos elementos, principalmente jurídicos que lo permiten. Entonces las preguntas que se alzan sobre esta realidad son: ¿Qué consecuencias tiene la centralización en la democracia y la ciudadanía?, ¿Cómo equilibrar el poder de las instituciones de información? Una situación donde la responsabilidad del Estado es evidente, sin embargo, el enfoque para revertirlo no puede ser meramente económico, según indicó el investigador y docente argentino, Guillermo Mastrini (1999).

El problema es que los políticos tienen una doble dimensión: por un lado, pueden estar de acuerdo con mayor libertad de expresión y menos concentración, pero saben que su carrera está determinada por los mismos medios y en última instancia tratan de no confrontarse con estos conglomerados. Por lo mismo, sus declaraciones suelen ser más bien “timoratas” respecto de lo que finalmente terminan haciendo<sup>85</sup>

La concentración mediática es un proceso de centralización y apoderamiento por pocas personas o grupos hegemónicos de los medios de comunicación de distintos tipos. Esta conducta tiene su origen en el surgimiento de los medios como instrumentos de comunicación masiva, reforzada por la universalidad del liberalismo capitalista y más tarde, por la globalización; a partir de este momento los periódicos y demás medios se revelaron como formas de negocio y poder social. El Instituto de Prensa y Sociedad (IPyS), en la primera década del siglo XXI, presentó un informe sobre el nivel de concentración en las industrias culturales en toda América latina, analizando: radio, televisión abierta, televisión de paga, y telefonía fija y móvil. “El resultado obtenido da cuenta de un importante grado de concentración en todos los casos analizados. En promedio los cuatro primeros operadores de cada mercado dominaban el 80% del mismo” (Becerra, Mastrini, 2009, p. 40). Los que nos habla que el fenómeno ha ido creciendo en los últimos años.

---

<sup>85</sup> [www.mediamatica.pbworks.com](http://www.mediamatica.pbworks.com) Concentración%20mediática%20en%20la%20prensa%2. Inf loc: 24/08/2018.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **ESPISTEMOLOGÍA, CONCEPTOS, ENFOQUES, TEORÍA Y SISTEMAS MEDIÁTICOS**

#### **3.- Perspectiva epistemológica de la economía política**

La Economía Política presenta dos vertientes científicas que pueden generar interpretaciones variadas, por lo que es importante definirlas para su comprensión, para que puedan ser utilizadas correctamente al momento de realizar análisis de los elementos que la constituyen: lo económico y lo político. Para ello según Mosco (2009), es preciso retroceder hasta finales del siglo XIX, momento en que se produce la escisión en la teoría económica que marcará nuestra comprensión futura de la sociedad desde entonces. En esa época y como reacción a la economía clásica, emergerán dos propuestas principales en forma de teorías económicas alternativas al clasicismo: la de los neoclásicos y la de aquellos autores que conservarán las preocupaciones de los “economistas políticos”, pero romperán con ellos en su análisis. En suma, se da una división entre aquellos que eliminaron la política de su campo de estudio (y con ello, se separaron de la filosofía moral, como trato exclusivo de filósofos) y aquellos que conservarán la dimensión política en sus análisis de lo económico (esto es, la dimensión moral, siendo tachados de ideologizados o poco científicos a partir de ese momento).

El terreno para considerar a la Economía como una ciencia matemática estaba ya servida y en él no había margen para vínculos pasados con viejas disciplinas no científicas, como la Sociología, la Ciencia Política o la Historia. Los economistas deberían estudiar deseos expresados a través de preferencias y no de necesidades determinadas por la filosofía moral. Desde John Maynard Keynes, menos proclive a aceptar la supremacía del individualismo y del mercado, hasta los monetaristas con Milton Friedman, afamado defensor de políticas practicadas por los gobiernos conservadores del Reino Unido y los Estados Unidos de América, principalmente, durante la segunda mitad del siglo XX –rebautizados como neoliberales o neoconservadores en la última década.

Todos ellos, keynesianos y monetaristas (socialdemócratas o neoliberales), representan lo que hoy en día viene en denominarse una visión ortodoxa de la economía o economía ortodoxa.<sup>86</sup> Por su parte, el marxismo dentro de la Economía Política, es solo una de las corrientes de pensamiento heredadas de los postulados clásicos (aquellos que creen que las instituciones pueden modelar el mercado), que analizan los movimientos sociales (especialmente el movimiento feminista y los medio ambientalistas). En cualquier caso, lo que se pone de manifiesto con este análisis es la ausencia de vínculos reales entre las corrientes neoliberales actuales y la conexión de los postulados del pensamiento crítico actual con las principales preocupaciones de los economistas políticos clásicos. Esta conexión a menudo reducida exclusivamente a las raíces marxistas de la Economía Política, no solo no puede ser obviada sino que supone un bagaje de gran valor para el análisis actual, reclamado por autores como Matthew Watson (2007),<sup>87</sup> para la Economía Política en general y para la Economía Política de la Comunicación.<sup>88</sup>

Por si misma, la Economía Política presenta una serie de interpretaciones metodológicas que sirven para explicar la administración de los recursos que la sociedad utiliza, esta característica supone un ámbito con límites muy flexibles, en donde se presentan todas las interpretaciones que uno pueda concebir; es decir, se podrían establecer sistemas económicos, sobre sistemas económicos. Por otra parte, la Economía Política queda dentro del radio de influencia de la economía como ciencia, desde un enfoque dominado principalmente por el estructuralismo, es decir; la Economía Política es un subsistema pero independiente. Podemos decir que el origen del estudio epistemológico de la ciencia económica, que se da con Keynes, propone una economía positivista, para después pasar a una visión más racionalista y crítica con

---

<sup>86</sup> Frente a ellos, la corriente de los pensadores que mantuvieron las preocupaciones de los clásicos, a pesar de su ruptura epistemológica con ellos, autores marxistas o neo marxistas que le siguieron y que mantuvieron en su análisis los principales postulados clásicos que podemos resumir en cuatro grandes preocupaciones:

- La incorporación del análisis histórico;
- El deseo de abarcar la comprensión de la totalidad social;
- La guía permanente de la filosofía moral (o la ética o el valor social);
- La intervención social (o praxis).

<sup>87</sup> Cfc. Political. Economy of International Capital Mobility (Palgrave Macmillan, 2007).

<sup>88</sup> Almiron Roig, Nuria (2009).

Friedman, pasando por una orientación estructuralista de la realidad económica como lo establecen Sampedro (2002) y Tamames (1980).

Este fundamento positivista se sustenta en la observación de la realidad, la cual tiene el propósito de describir los fenómenos sociales tal forma que puedan ser explicados en su naturaleza. Su desarrollo científico se basa en buscar el elemento que determine sus leyes, es decir; una visión reduccionista racional fincada en el individuo como átomo particular. Sin embargo, la postura inicial de Keynes, tendría una férrea y contundente respuesta de parte de Milton Friedman rechazando la idea de que la observación objetiva sea determinante en el análisis socioeconómico, argumentando que existía una inferencia previa, por lo que no se podría establecer como definitiva una observación pura, sino una inducción de esa observación, aun así; el nuevo planteamiento en si genera una amplitud teórica, pero no modifica sustancialmente la metodología original. El cambio de paradigma epistemológico, sin duda vino a ser de tal magnitud, no solo por su aportación científica, sino por enfrentarse a fundamentos hobbsianos y antropológicos del hombre como elemento determinante en el aspecto económico. La idea de científicidad de la objetividad que también establece Popper (1972),<sup>89</sup> es una visión que daría un margen de análisis rico e interpretativo y no solo reductivo a un elemento.

Este problema instrumental de la teoría económica carece de una explicación exacta para contrastar la realidad, los análisis que se realizan enfatizan en *argumentos matemáticos y estadísticos que fueron absorbidos por la econometría*, que trató de darle una interpretación científica, pero también cuyos exponentes de esta vertiente aceptaban su debilidad interpretativa y sus falsaciones teóricas. Sus interpretaciones mecanicistas se basaban en un análisis de instrumentos rigurosos e empíricos que hacían difícil su discusión sobre las debilidades teóricas que ofrecían. La debilidad de la economía para dar por sí misma una interpretación teórica por sus delimitaciones metodológicas, generó una definición epistemológica necesaria para dar explicación a la realidad

---

<sup>89</sup>Karl R. Popper. La lógica de la investigación científica, Editorial, Tecno Madrid.  
<http://psikolibro.blogspot.com> info.03/05/2017.



económica; basada en enfoques con orientaciones diversas: holística,<sup>90</sup> sistémica, y evolutiva.

Cada uno de estas tres visiones refleja una interpretación de la economía de forma distinta, con respecto a la visión anterior (reductiva, racional y positivista), de ahí que la epistemología sobre la sociedad en su conjunto desde la economía, tenga dependiendo de las escuelas una definición de análisis no en función del objeto, sino del método empleado para ello. Este pragmatismo científico entre la Economía Modelo y la Economía Política, se determina por el método de análisis empleado, así la primera se concentra en los mecanismos de producción e intercambio de variables monetarias (costos y precios), mientras que la segunda se enfoca *en las dinámicas de crecimiento y acumulación del capital, en la que intervienen diversos elementos para su acaparamiento: humanos, políticos, culturales y administrativos.*

Finalmente esta dicotomía entre la epistemología económica y la Economía Política (método cuantitativo y método cualitativo, respectivamente), no determina una homogeneidad en la Economía Política, ya que se engloban en sus interpretaciones enfoques y *doxas* como: feministas, ecologistas, y neo marxistas, etc. La institucionalización de la Economía Política abrió un espectro de discusión social aun en el espacio que se le había asignado de forma reducida, tomando una ventaja el enfoque estructural que se ha convertido en la teoría dominante.

### **3.1.- El estructuralismo y la economía política de los medios de comunicación.**

El estructuralismo se concibe como una oposición al pensamiento positivista y toma como unidad de análisis las relaciones alternas de los elementos de un sistema general, es decir; *no se concentra en la unidad sino en las partes que la conforman.* Este enfoque epistémico se basa en estructuras económicas y sociales que no son fácilmente observables y medibles, pero que inciden de forma directa en efectos cuantificables en el conjunto del sistema.

---

<sup>90</sup>Holista en el sentido de que el todo era algo más que la suma de las partes. Sistémica porque no se partía de sencillos esquemas de causalidad simple, sino que se consideraban todo el conjunto de posibles relaciones existentes entre variables relacionadas entre sí. Evolutivas porque no se realizaba la descripción de situaciones estáticas que posteriormente eran analizadas desde una perspectiva temporal, sino que el cambio se incluía directamente en el esquema de pensamiento de partida. El holismo es, por tanto, una apuesta contra la visión mecanicista del mundo impuesta desde el individualismo metodológico. <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/22/coq.htm>. 07/06/2017.

Estas estructuras están basadas internamente en las relaciones internas y relacionadas entre sí, el estructuralismo basa sus análisis en el espacio que uno ocupa, es decir; hablando de instituciones es importante el lugar del individuo así como las relaciones con el conjunto entre sí. Este comportamiento aparente entre los distintos elementos, es el análisis global que supone que el estructuralismo realiza. Para relacionar la Economía Política de los Medios de Comunicación con el Estructuralismo, tenemos que definir sus corrientes para ver donde coinciden o toman de referencia principal:

- Postulados históricos materialistas: se basan en análisis teóricos previos para análisis concretos.
- Comprende el comportamiento conjunto de una realidad económica aislando sus relaciones constitutivas fundamentales, pero comprendiendo la interrelación sistémica existente entre ellas.
- Análisis de la problemática del desarrollo económico: concibe modelos para diferenciar las distintas estructuras económicas, de este modo poder agrupar y entender las distintas estructuras identificadas.

Para el análisis y por las necesidades propias del mismo, la investigación planteada aquí, toma como referencia epistemológica, la comprensión de la Economía Política, desde una tipología estructuralista, que puede describir las relaciones *que se dan en un medio de comunicación, así como sus relaciones con otras estructuras del propio sistema*. Morín (1993), considera que el estructuralismo basa su análisis en leyes abstractas, para identificar un orden, es este caso el económico, es decir; se racionaliza el sistema, cayendo en diversas ocasiones en determinismos de las realidades económicas, por lo que es necesaria establecer límites y considerar otras perspectivas de conocimiento epistemológico que puedan dar una sino mayor evolución del saber, si considerar nuevas realidades del propio sistema.

### **3.2.- Aproximaciones generales sobre la economía política de la comunicación.**

El concepto de Economía Política es utilizado por la cultura occidental desde el siglo XVII, aunque con algunas diferencias respecto de la utilización que le atribuimos hoy en día. William Petty (1623-1687), considerado por Marx padre de la Economía Política, estableció que el objetivo de esta ciencia era estudiar “la anatomía política” de la sociedad humana. Marx profundizó en esta teoría, afirmando que la primera tarea de la Economía Política era investigar las leyes que regulan la actividad de la sociedad

civil, para poner al descubierto su “anatomía” y “fisiología” y así descubrir las leyes de desarrollo de esa sociedad. Posteriormente el concepto de “Economía Política”, fue empleado frecuentemente a la hora de referirse a trabajos multidisciplinarios y que incluyen a ciencias como la Sociología, la Política el Derecho y la Comunicación, entre otras y que intentan *explicar cómo contextos, entornos e instituciones de tipo político, inciden en el comportamiento de los mercados económicos*. Diciéndolo en términos más simples, la Economía Política estudia la relación *economía-poder-político* y como las oscilaciones de esta impactan directamente en la economía de un lugar determinado para bien o para mal.

En sus inicios se le uso a la hora de abordar el tema de las relaciones de producción que se establecían en las clases sociales más importantes: burguesas, proletariados y terratenientes.<sup>91</sup> La nueva propuesta entro en contraposición con las teorías de la fisiocracia, en las cuales la tierra era vista como el origen de toda riqueza, la Economía Política propuso, primero con Adam Smith (1723-1790) la teoría del valor-trabajo, según la cual: el trabajo es la fuente real del valor.<sup>92</sup> Al final del siglo XIX, el término Economía Política fue paulatinamente abandonado por el término a secas de “Economía” y usado por quienes buscaban abandonar la visión clasista de la sociedad, reemplazándola por un enfoque matemático, axiomático y no valorativo de los estudios económicos actuales y que concebía el valor originado en la utilidad que el bien generaba en el individuo.

Los fundadores de la Economía Política contemporánea fueron, William Petty (1623-1687), Adam Smith. (1723-1790) y David Ricardo, (1772-1823): “Teoría de la tierra, la renta y el capital, respectivamente”, ellos iniciaron la investigación científica del modo capitalista de producción, e hicieron muchos descubrimientos importantes en la elucidación de las leyes que rigen la producción social y la distribución de los bienes materiales. Sin embargo, la limitación filosófica del pensamiento en ese periodo y el insuficiente desarrollo del capitalismo impidieron a los clásicos de la Economía Política

---

<sup>91</sup>El término de economía política fue introducido por primera vez por Antonio de Montchrestien en 1615.

<sup>92</sup> En 1776 con la obra “Las riquezas de las naciones,” Smith logra destacar en este estudio científico que el trabajo es igual al valor; es decir, que el valor de un bien o servicio decía él, que estaría dado por la cantidad que lleva de trabajo incorporado. Para Smith el valor era la cantidad de trabajo que uno podía recibir a cambio de su mercancía.

burguesa descubrir la esencia explotadora y el carácter históricamente transitorio del capitalismo y poner al desnudo las contradicciones antagónicas del mismo.<sup>93</sup>

Por otra parte, el materialismo histórico dialectico (conocido como Marxismo), es un método filosófico creado por Karl Marx (1818-1883) y Federico Engels (1820-1895), consiste en elevar de lo abstracto a lo concreto, (la liberación de las clases sociales oprimidas por el capitalismo y su emancipación económica en el socialismo).<sup>94</sup> En el método teórico marxista es necesario que el *sujeto-sociedad*, este siempre presente en la representación como premisa, para este enfoque, no es suficiente el proceso de formación de lo concreto; también hay que partir de categorías, las cuales pueden ser categorías simples que componen a las más concretas; de acuerdo al sistema y división de una población determinada, las categorías adoptarán en algunos casos carácter de simples y en otros casos concretos.<sup>95</sup> Por ejemplo, el hombre es un ente social que determina la economía, las relaciones sociales, la política, etc. Pero al mismo tiempo es

---

<sup>93</sup> La economía política empezó a desarrollarse como ciencia independiente al nacer el modo de producción capitalista. A ese período corresponden las primeras tentativas de interpretar teóricamente y elucidar varios fenómenos del capitalismo. Desde el momento en que la lucha de clases del proletariado empezó a amenazar la existencia del capitalismo, la economía política burguesa clásica cedió su puesto a la economía política vulgar, es decir, no científica, que domina en el mundo capitalista hasta el presente. Sus primeros representantes, Jean Baptiste Say, (1767- 1832): “ley del mercado.” Thomas. R. Malthus (1766-1834: “teoría de la población.” John. Stuart. Mill, (1806-1873): “teoría del valor” y otros, que suplantaron el conocimiento científico de los fenómenos económicos por la descripción de sus nexos puramente externos, superficiales, con miras a la intencionada defensa del régimen capitalista. Inventaron nuevas impugnaciones “científicas” del marxismo, e intentaron adaptar la doctrina económica marxista— leninista y las nuevas necesidades de la apología del capitalismo actual.

<sup>94</sup> Para el marxismo, la conciencia social o conciencia de clases es la capacidad de un sujeto para reconocerse como miembro de una clase social que mantiene relaciones antagónicas con el resto de las clases. Este concepto se basa en la noción de lucha de clases y en la concepción de una sociedad estratificada. Los marxistas afirman que la conciencia social se manifiesta mediante la ideología política, la religión, el arte, la filosofía, la ciencia y hasta la estructura jurídica de una sociedad. Según esta corriente teórica el sujeto que no logra comprender esto se encuentra alineado.

<sup>95</sup> En los enfoques materialistas, en su acepción estructuralista, el papel jugado por la ideología es considerado como un epifenómeno del comportamiento humano, subsumido por las condiciones materiales de vida, es decir, por la base económica sobre la que descansa toda sociedad. De ahí que la presencia y la evolución de la vida económica y material como fenómeno “causal” y concentrador de todas las esferas de la existencia humana, hayan merecido una mayoritaria atención por la investigación arqueológica y demás disciplinas sociales. Opuesto a esta visión se expresa el idealismo, para el que la vida humana está determinada por la conciencia. Por tanto, la naturaleza, las acciones y relaciones entre los hombres se organizan y determinan con base en las ideas y la estructura mental que éstos poseen, con independencia y autonomía de sus condiciones materiales de existencia. Sobre este último aspecto conviene formular algunos puntos de referencia: una de las críticas más frecuentes contra esta interpretación materialista se centra en la relación mecanicista que se establece entre infraestructura y superestructura, lo que conduce a que no se le otorgue valor al sistema ideológico por considerarlo un mero reflejo de las condiciones materiales de existencia y de ahí establecer que su función es de dominación y justificación de los intereses económicos de los grupos dominantes. (<https://books.google.es>). 03/06/2017.

cambiante en su persistencia, lo que obliga, que cuando se trata de estudiar su comportamiento en su desarrollo comunicativo, se auxilie de otras ramas científicas para comprender su perfeccionamiento.

Desde esta perspectiva y uniendo estas dos visiones teóricas, el área de conocimiento que estudia las estructuras internas, arreglos y leyes institucionales de la información, se le conoce como Economía Política de la Comunicación, Mosco (1996), él hace un análisis amplio de esta condición; donde establece los parámetros para distinguir cuáles son sus alcances y límites de las empresas mediáticas y grupos de poder político. Ahí donde se cruzan las instituciones mediáticas con el sistema político, existe un proceso de control por la cultura simbólica que los medios ejercen sobre el mercado social.

La Economía Política de la Comunicación se ha destacado por su énfasis en describir y examinar el significado de las instituciones, especialmente empresas y gobiernos, responsables por la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y por la regulación del mercado de comunicación. Aunque no ha rechazado la mercancía en sí misma y el proceso de mercantilización, la tendencia ha sido a poner en primer plano las instituciones corporativas y gubernamentales. (Mosco, 2006. p, 67).

De acuerdo con Mosco (2006), la Economía Política de la Comunicación, es la continuación del pensamiento económico político tradicional, sus aplicaciones están basadas en la información, la comunicación y la cultura, que constituyen la producción, la distribución y el consumo de bienes simbólicos. Se entiende ésta, por un lado, como un modelo de desarrollo económico y por el otro, como un modo de organización social, caracterizado por la dominación de un sistema abstracto y complejo de relaciones de cambio. Esta línea de pensamiento se distancia del paradigma economicista del siglo XIX por cuatro razones según Igartua y Humanes (2004):

- Por la naturaleza holística de la investigación.
- Por su carácter histórico de análisis.
- Por la centralidad de las relaciones entre la empresa capitalista y su intervención pública.
- Por ir más allá de las cuestiones sobre la eficacia económica.

La Economía Política de la Comunicación, plantea la necesidad de analizar las formas económicas de la producción simbólica. Su estudio enfatiza aspectos *cualitativos*, como respuesta a la investigación administrativa de tintes netamente *economicista* y a los llamados estudios funcionalistas,<sup>96</sup> donde se refutaban los vacíos dejados por la teoría crítica sobre los medios masivos de comunicación.

### **3.3.- Un enfoque teórico desde la economía política de la comunicación.**

La Economía Política de la Comunicación es un concepto macroeconómico, (relacionado con la Economía Política), “incluye leyes pero también reglas y acuerdos, acciones y omisiones de los gobiernos, e incluso los “hábitos y rigideces”, que contribuirán también a la reproducción del sistema” (Kopp, 1990: 82-83, como se cita en Bustamante, 2004: 33). Los factores de estudio de la Economía Política de la Comunicación son “las relaciones sociales (particularmente las de poder) que constituyen la producción, distribución y consumo de bienes simbólicos” (Mosco, 1996, p. 59). Dentro de estas relaciones, la principal unidad de análisis de la Economía Política de la Comunicación, son los medios masivos de comunicación, también denominados como las “Industrias Culturales,”<sup>97</sup> mismas que según Sánchez Ruiz, (1992), deben ser consideradas desde un enfoque histórico estructural y circunscrito a la dinámica del capitalismo.

La base analítica sobre la que construyen reflexiones sobre la Economía Política, es el “rol de los medios en el proceso de acumulación de capital -el problema de las clases sociales, los medios y la legitimación de la estratificación social; la relación entre producción material y producción intelectual-” (Bolaño y Mastrini, 1999,

---

<sup>96</sup> En este sentido, los teóricos funcionalistas (Émile Durkheim, Talcott Parsons, Herbert Spencer, Bronislaw Malinowski y Robert Merton), identifican en sus textos comunicación con comunicación de masas. La corriente funcionalista es la escuela más extendida; se ha llegado a naturalizar y estudiar el paradigma de las ciencias de la comunicación. Esta circunstancia se ha entendido como lógica porque es la perspectiva que mejor se identifica con la dinámica y los intereses del sistema audiovisual.

<sup>97</sup> La industria cultural (suele utilizarse a modo de sinónimo para referirse a la economía cultural) es un concepto desarrollado por Theodor Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1895-1973), para referirse a la capacidad de la economía capitalista, una vez desarrollados ciertos medios técnicos, para producir bienes culturales en forma masiva. En una definición más amplia, es el sector de la economía que se desarrolla en torno a bienes culturales y servicios culturales, tales como la televisión, la radio, los diarios y revistas, industrias cinematográficas, discográficas, las editoriales, compañías de teatro o danza, las distribuidoras, etc., creando mecanismos que buscan a la vez aumentar el consumo de sus productos, modificar los hábitos sociales, educar, informar y, finalmente, transformar a la sociedad, por tanto abarca todos los ámbitos de la sociedad e intenta incluir a todos los individuos sin excepción.

p. 10). El concepto Economía Política de los Medios de Comunicación, define una amplia variedad de elementos que constituyen una rama específica de estudios sobre medios y sus relaciones con otros subsistemas, por lo que su definición no se puede derivar en un caso concreto, sino que alude a la forma en que los medios de comunicación se norman, estructuran económicamente, y se desarrollan en un sistema capitalista. “De tal forma, que el sistema capitalista se articula en base al mercado y a un sistema de propiedad privada, ambos sistemas requieren de controles que organicen, prohíban o permitan a las personas, naturales o jurídicas, su actividad”. (Mosco, 2009. p 31). La Economía Política de la Comunicación está adscrita a esta línea calificada como teoría crítica que busca analizar los problemas sociales con el fin de aportar a su transformación.

Una aportación importante en este sentido ha sido la contribución de Fergusson y Goldin (2002), sobre el análisis de los medios de comunicación sobre los estudios culturales, describiendo las nuevas tendencias que se llevan a cabo en este esquema, así como los nuevos autores que enfatizan la importancia de estudiar la cultura desde la Economía Política de los Medios de Comunicación. El inicio de los estudios sobre las consecuencias de los medios de comunicación entendida como “industrias culturales” y su transformación en las sociedades capitalistas, la iniciaron los alemanes Theodoro Adorno y Max Horkheimer de la Escuela de Frankfurt. La interpretación que hicieron sobre los “*massmedia*” es tomada como un análisis crítico subjetivo, contra otras interpretaciones posteriores de la “industria cultural,”<sup>98</sup> más cuantificables y “realistas” basadas en un enfoque más objetivo, sobre el propio mercado desde un enfoque sistémico. En el caso de las Industrias Culturales, la Economía Política de la Comunicación está interesada en rastrear el impacto de la dinámica económica en el alcance y la diversidad de la expresión cultural pública y su viabilidad en los diferentes grupos sociales según Golding y Murdock (1997). Con lo que se plantea la necesidad central de establecer un balance entre la empresa capitalista y la intervención o poder público.

---

<sup>98</sup> “La industria cultural: Ilustración como engaño de masas”. Escrito a comienzos de los años cuarenta, este ensayo estaba dirigido contra la creciente influencia de la industria del entretenimiento, contra la comercialización del arte y contra la uniformización totalizante de la «cultura», sobre todo en el país al que emigraron los autores, Estados Unidos. En un estilo verbal violento con tintes de pesimismo cultural, su posición escéptica hacia los nuevos medios —como la radiodifusión o el cine— llevó a los dos autores a describir un amplio espectro del ámbito cultural por medio de un concepto que parecía el más ajeno a las esferas culturales: definieron la cultura mediática como industria.

Se busca con esto, el cuestionamiento de aspectos morales relacionados con la justicia social, la equidad y el bien común en nuestras sociedades. El análisis de la cultura como industria de Adorno y Horkheimer consiste en el hecho de que ésta totaliza a su público y lo expone a una promesa permanentemente repetida y continuamente insatisfecha: “La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto de aquello que continuamente les promete”. (Horkheimer, Adorno, 1994, p.165-184). Para Horkheimer y Adorno las instituciones de la industria cultural construyeron monopolios culturales modernos y al mismo tiempo, un campo económico en el cual la esfera de circulación liberal burguesa pudo en parte continuar sobreviviendo (al lado y a pesar de su desintegración empresarial en otros sectores).

Dentro de la totalidad de la industria cultural aparecen así pequeños espacios de diferencia y resistencia, pero también esta diferencia es rápidamente integrada de vuelta en la totalidad. Tal y como Horkheimer y Adorno no dudan en exponer: Lo que se resiste puede sobrevivir solo en la medida en que se integra. “Una vez registrado en sus diferencias por la industria cultural, forma ya parte de ésta como el reformador agrario del capitalismo”. (Horkheimer, Adorno, 1994, p. 176). Podemos determinar en conclusión sobre este concepto de Industria Cultural para nuestro estudio, una consideración acorde a lo que nuestro planteamiento y objeto de investigación requiere como:

un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social. (Zallo, 1988, p. 26).

La definición nos lleva a otro aspecto importante de nuestro análisis que se tiene que considerar de manera importante para entender los límites de la Economía Política de los Medios de Comunicación y es la de concebir al mercado-audiencia-publicidad, como un “sistema” que interactúa entre sí como subsistemas y que influyen en sus comportamientos y en la toma de decisiones. Esta definición nos lleva a ciertas consideraciones al respecto, la primera; es la crítica que se dio por el tipo de análisis que se le daba a la Economía Política de la Comunicación y al enfoque que no consideraban otras características que también influían de forma decisiva en su conformación estructural como medios masivos de comunicación.



Y la segunda, corresponde a un enfoque liberal, donde la regulación del Estado y otras instituciones del sistema de regulación ponderan que no deberían existir, mientras los consumidores de dichos mercados no se vean perjudicados por los mismos.<sup>99</sup> Finalmente para el análisis y estudios sobre las características de los medios de comunicación en el sistema capitalista, presenta connotaciones distintas dependiendo de la escuela o enfoque en donde se le determine sus alcances y desarrollo. Puede ser considerado como un concepto de análisis institucional, por sus alcances en el sistema político, así como un concepto social, por su impacto en el consumo de sus productos a nivel mundial. Por lo que se constituyeron una serie de enfoques desde distintas perspectivas socioculturales, las cuales se manifestaron en tres principales enfoques académicos distintos:<sup>100</sup>

- Escuela norteamericana (Dallas Smythe y Hebert Schiller).
- Escuela británica (Nicholas Graham, Peter Golding y Graham Murdock).
- Escuela latinoamericana (Raúl Peibish y Antonio Pasquali).

---

<sup>99</sup> "La Unesco intentará romper estas divergencias —con la tradicional lógica de la configuración de "pensamientos integrados y únicos"—, proponiendo una definición ecléctica del concepto de industria cultural (...) Las implicancias de esta visión ecléctica de la industria cultural dada por la Unesco se observan en los trabajos que le siguen, los cuales se centran en los efectos positivos de la intervención del Estado como regulador del *mercado más mediático*. En lo político, habrá intentos de nacionalización de las industrias culturales. Como aparente superación del criterio subjetivista de la Escuela de Frankfurt, la Unesco intentará adoptar un criterio "objetivo", definiendo operativamente una industria cultural como una experiencia de producción "en serie", con énfasis más en lo económico que en el desarrollo cultural. La dificultad es precisamente lo que aparece como su aporte: la definición de criterios de observación aparentemente "neutrales, objetivos y/o externos" de un fenómeno que, en primer lugar, tiene un fuerte componente ideológico, con lo cual los contenidos también forman parte de un modelo "industrial" y no solo la producción en serie, principalmente si nos preguntamos: ¿qué entenderemos por una producción en serie?, ¿una producción a gran escala?, ¿específicamente a qué escala? Si bien la "objetivación" del enfoque aporta a la medición del fenómeno de la "industria cultural", impide observar aquellos elementos cualitativos, ideológicos y de la lógica de un mercado que no se rige solo por una relación entre costos y beneficios económicos, sino que obedece también a un sistema ideológico de mercado, una manera de pensar y construir una "realidad"." Del Valle-Rojas, Carlos; Nitrihual-Valdebenito, Luis; Mayorga-Rojel, Alberto Javier. [www.redalyc.org/articulo.oa?id=649235630005](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=649235630005). Inf loc: 23/07/2018.

<sup>100</sup> Escuelas norteamericanas y británicas: Dallas Smythe: (canadiense). Planteo un enfoque económico en lugar de la autonomía, abre la discusión sobre la cultura y la economía. La televisión es un productor de audiencias vendibles a los publicistas. Herbert Schiller (1976, 1983, 1986, 1993) —norteamericano—, parte del análisis de la estructura económica internacional de los medios de comunicación. Los ingleses Graham Murdock y Peter Golding (1997). Aportan elementos de análisis sociológico a la relación entre medios y vida social, realizan una crítica a las teorías de la modernización. Nicholas Graham (1990), propone el estudio de los medios como productores de plusvalías.

Estas visiones en contra de la teoría crítica, abordan el análisis de la Economía Política de los Medios de Comunicación, desde la perspectiva del libre mercado y estudian cómo afecta la competencia de diferentes productos de acuerdo a su función y satisfacción,<sup>101</sup> así como la organización de la propiedad y la producción ya que condicionan la oferta que tendrán los consumidores de los medios. Durante la década de los 70, existieron propuestas distintas para el estudio de la Economía Política de los Medios de Comunicación,<sup>102</sup> que abrieron un nuevo campo de estudio más amplio y menos deterministas como el anterior; Dallas Smythe y Herbert Schiller como representantes de la escuela norteamericana, discutían las lagunas que el enfoque marxista había dejado en cuanto al estudio de los medios de comunicación, su publicación: *Las comunicaciones: "agujero negro" del marxismo occidental* (Smythe, 1983).<sup>103</sup> Criticaban a los estudios occidentales de orientaciones marxistas de idealistas sobre los medios de comunicación, excluyentes de variables económicas que unieran al sistema comunicativo con el actual sistema social, viéndolo siempre como una superestructura y no dándole la importancia económica a las bases sociales, Smythe (1983), nos dice que: “cuando los anunciantes hacen publicidad en los medios están realizando manipulación como introducción de los espectadores en las formas de consumo y por tanto, en un trabajo fuera del "trabajo”. Es decir, una objetivación económica de los medios de comunicación, no como parte sino como generadores de bienes y servicios.

---

<sup>101</sup> Teoría que postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué asuntos poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da. (hipótesis de los usos y las gratificaciones y ciertas consideraciones de la agenda *setting*).

<sup>102</sup> Las publicaciones de Raymond Williams (1977), por ejemplo, están salpicadas de ataques hacia las versiones del marxismo que sobrestiman el papel ideológico de las comunicaciones Williams es crítico de una determinación unidireccional, en la cual sus elementos son estáticos, en lugar de interpretar la totalidad de aspectos que hacen a un modo de vida, su reproducción, o las tensiones entre actores sociales como algo dinámico y en constante transformación.(...) Por ejemplo, cuando se detiene en examinar a instituciones como la familia, la Iglesia, los medios de comunicación, el autor estudia el rol que juegan las mismas en las dinámicas de los procesos de auto-identificación que realizan los individuos y como así se incorporan a este proceso social complejo, en el cual existe subordinación de clases. A partir de estas discusiones, podemos observar que en Williams, actividades que no son definidas necesariamente como productivas (por cumplir no tener vínculo directo con la acumulación de capital), sí cumplen un rol para la revalidación o no del sistema de clases. Ariel M. Slipak: Los aportes de Raymond Williams a la perspectiva marxista sobre la ... [www.academia.edu](http://www.academia.edu). Inf loc: 30/01/2017.

<sup>103</sup> Publicado originalmente bajo el título de *Communications: Blindspot of Western Marxism*,

Cesar Bolaño: (2006),<sup>104</sup>consideraba que los argumentos sobre los juicios de Smythe, quedan también faltos y limitados en algunos aspectos, ya que decía que los medios de comunicación no producen de manera preponderante contenidos, que son más bien una suerte de "agregados" al proceso de generación de públicos que venden a sus anunciantes, que sería el verdadero motor de lo que conocemos actualmente como medios de comunicación. Esto lleva a Smythe a señalar que:

Las instituciones especializadas en la producción masiva de las comunicaciones (es decir, periódicos y revistas) surgieron en el capitalismo del siglo XVIII, tales instituciones no llegaron a su forma hasta que el capitalismo monopolístico giró su principal base económica hacia la publicidad, a fines del siglo XIX. (Smythe, 1983, p. 2).

Por su parte la escuela europea con características neo-marxistas y precursores de la teoría crítica diversificaron su interés hacia áreas relativamente descuidadas por la investigación de la comunicación anglosajona, como Peter Goldin (1974). Raymond Williams (1975), Armand Mattelard (2000) y Graham Murdock; este último, hace una descripción teórica explícita de la comunicación y describe tres omisiones particularmente en el ensayo de W. Smythe:

1. Subestima drásticamente la importancia y centralidad del Estado en el capitalismo contemporáneo. En primer lugar, varias industrias, incluyendo a la de los *mass media*, han sido testigos de una marcada concentración de la propiedad en tanto en cuanto grandes firmas han absorbido a las pequeñas en varios sectores (...). El resultado es una indisoluble pero contradictoria relación entre el Estado capitalista centralizado por una parte y el monopolio concentrado del capital por otra (...). Las relaciones problemáticas entre el capital y el Estado capitalista tienen repercusiones importantes desde el punto de vista social y cultural. Están situadas dentro del conflicto ideológico entre los criterios de rentabilidad opuestos a la necesidad y dentro de las luchas políticas entre la propiedad y el control público o privado

2. La preocupación de Smythe sobre las relaciones entre comunicación y publicidad le lleva a minusvalorar la función independiente del contenido de los medios a la hora de reproducir las ideologías dominantes. (...) Pero vender audiencias a los anunciantes no es la *raison d'être primordial de los media*. Más bien están en el negocio de vender explicaciones del orden social y de las desigualdades estructurales y canalizar las esperanzas y aspiraciones hacia objetivos legitimados. (...) Los análisis materialistas han de empezar por reconocer que, aunque

---

<sup>104</sup>Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/CIYC0606110047A/7273>. 24/06/2017.

integrado dentro de la base económica, el sistema de medios de comunicación de masas es también parte de la superestructura, y por lo tanto juega un doble papel al reproducir las relaciones capitalistas de producción. (...) Algunos recientes estudiosos han subrayado, el éxito de la reproducción ideológica es una de las condiciones clave para la existencia continuada de relaciones predominantes de producción.

3. Smythe tiende a presentar las operaciones de los sistemas de medios de comunicación de masas como relativamente fáciles y sin problemas. Esto es no solo sorprendente en cierto sentido desde el punto de vista teórico, dado el énfasis del marxismo en la contradicción y la lucha; sino que además no encaja con la situación presente.<sup>105</sup>

Sus aportaciones fueron sin duda importantes para los futuros análisis sobre medios de comunicación y sus implicaciones con el resto del sistema, aun cuando para Graham Murdock hayan quedado faltos de una definición exacta en su afán de criticar los enfoques marxistas, generando al mismo tiempo otras interrogantes al respecto. Aun así la aportación de Smythe nos ayuda a comprender más la orientación del estudio y su contraparte crítica por parte de Murdock. Otras aportaciones al estudio del Economía Política de la Comunicación desde otras latitudes, fueron las de Melkote y Steevens, (2001); Mody, (2003); Pendakur, (2003); Zhao, (1998). Con una tesis desarrollista, donde sostenían que los medios eran recursos que, junto con la urbanización, la educación y otras fuerzas sociales, estimularían mutuamente la modernización económica, social y cultural en el Tercer Mundo. Como resultado el crecimiento de los medios de comunicación, era visto como un índice de desarrollo, inspirados en varias vertientes de Economía-Política neo-marxista internacional, incluida la teoría de la dependencia<sup>106</sup> y los sistemas mundiales.<sup>107</sup>

---

<sup>105</sup> Murdock (2006). “Los agujeros negros del marxismo occidental: Respuesta a Dallas”. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/.../7270>. Inf loc: 27/012017.

<sup>106</sup> La Teoría de la Dependencia surgió en América Latina en los años sesenta y setenta. Sostiene los siguientes postulados: - el subdesarrollo está directamente ligado a la expansión de los países industrializados; - desarrollo y subdesarrollo son dos aspectos diferentes del mismo proceso; - el subdesarrollo no es ni una etapa en un proceso gradual hacia el desarrollo ni una precondition, sino una condición en sí misma; - la dependencia no se limita a relaciones entre países, sino que también crea estructuras internas en las sociedades. Blomström y Ente (1990). Teoría de la dependencia. <http://Clacso.bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/Clacso/crop/glosario/t.pdf>. Inf loc: 3/02/2017.

<sup>107</sup> Segovia Ana. Alonso (2006). Cincuenta años de Economía de la Comunicación. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/CIYC0606110003A/7268>. Inf loc: 12/04/2018.

### 3.4.- Dinámicas y relaciones estructurales en los medios de comunicación desde la economía política.<sup>108</sup>

Los medios de comunicación son empresas, son industrias culturales como lo definieron Adorno y Horkheimer, en ellos existe una dicotomía entre sus funciones y sus principios básicos como medios de difusión dentro de los regímenes considerados democráticos o modernos; es decir, están inmersos en un proceso económico y de intercambio de mercancías (llámese contenido informativo o de entretenimiento), así como una empresa que obedece a los gustos del consumidor. Por ello su base se sostiene en la aceptación del mercado a través de su publicidad, para garantizar la prestación de su servicio y obtener un crecimiento económico y expandir su radio de influencia en la totalidad del sistema. Por lo tanto, la Economía Política de la Comunicación plantea el presupuesto fundamental de que “entre los medios de comunicación y el resto de las instituciones sociales, existe una relación dinámica y multivariable, que conforma un determinado orden social, diferentes formas de estratificación social y formas específicas de poder político” (Murciano, 1992, p.20).<sup>109</sup>

Es así, que de acuerdo a Mosco (1996), la Economía Política busca a través de sus propuestas de investigación observar cómo los sistemas comunicativos son *socialmente contruidos en el contexto del sistema capitalista*. El poder como influencia de los medios de comunicación fue considerado de interés nacional, por vez primera por La Corte de Justicia de los EUA en 1947, que fue la que determino otorgarle un principio moral a partir de una investigación realizada por su propio Gobierno (caso: *Associated Press versus Estados Unidos*), sobre sus alcances y limitaciones como entidades de interés público, pero de base privada.

Además de ser una empresa comercial, (la prensa) tiene una relación con el interés público diferente de cualquier otra empresa con fines de lucro (...) La tarea de la Prensa (...) es promover la verdad en los asuntos públicos, que es la base para entenderlos (McQuail.1998, p.70).

---

<sup>108</sup> En este apartado se intenta dar una visión amplia de cómo están conformados los medios de comunicación, longitudinal como horizontal, haciendo referencia a los límites y alcances que tienen como sistemas y las influencias y reciprocidades del entorno.

<sup>109</sup> [www.academia.edu/](http://www.academia.edu/). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos.

Esta postura oficial es considerada por la mayoría de los estados democráticos como válida y dependerá que tanto se alejen o acerquen con respecto a sus estatutos de libertad, objetividad e independencia en sus respectivos sistemas políticos. El principal desafío de las políticas de comunicación democráticas en el siglo XXI tendrá que replantearse la definición de "bien público" en un esquema mundial digital, globalizado y regido por principios economicistas. Esa pregunta conlleva, ineludiblemente, a interrogarse por el rol de los Estados Nacionales a la hora de definir políticas de comunicación, en un escenario donde las empresas mediáticas y organismos internacionales ligados a dicha industria tienen cada vez más injerencia en la definición de políticas públicas.

Se sostiene la necesidad de la intervención estatal, pero no por su mera implicación, sino con un rol activo en la defensa de un "bien público" como el comunicacional definido en forma equilibrada por el conjunto de los actores del sistema. En la búsqueda de dicho "bien común", la ciudadanía y las organizaciones de la sociedad civil deberían constituir un actor importante. Esta regulación normativa de los medios de comunicación podría estar en dos partes: auto-regulación y correulación. Tales normativas serían establecidas por un sistema político democrático y moderno, organismos independientes, empresas y organizaciones de profesionales. La primera normativa tiene un carácter moral, es decir; es a partir de una ética profesional de los propios integrantes que participan en el proceso de la comunicación y los valores que la definen como una empresa responsable y libre, propia de los sistemas liberales y democráticos. La auto-regulación tiene un equilibrio entre responsabilidad y libertad informativa, a través de códigos entre periodistas, público y medios de información; manteniendo al Estado limitado en su actuar y en contra de la libertad de expresión.

La otra modalidad normativa es la correulación, es un mecanismo que media entre legisladores (autoridades de regulación directa) y procesos de autorregulación. Suele denominarse como "autorregulación regulada", es una "estrategia de regulación indirecta que abarca todas las manifestaciones de creación normativa y autocontrol privado que, debido a su interés público, son fomentadas, reconocidas y a su vez, reguladas por los poderes públicos."<sup>110</sup>

---

<sup>110</sup> <https://abelsuing.wordpress.com/2012/>. Inf loc. 21/02/2017

La corregulación y la autorregulación hacen evidentes los compromisos de responsabilidad de las empresas y los particulares al tiempo que permiten el ejercicio ético de la profesión. Sin embargo, debido a los abusos de algunos o las dificultades para verificar las obligaciones, surge la necesidad de crear autoridades independientes de regulación y/o control que fijen criterios objetivos alejados de los intereses de gobiernos y empresas privadas. Los medios de comunicación no son poderes omnímodos y tienen responsabilidades sociales que cumplir; los medios y el periodismo tienen su verdadero sentido en el servicio a la sociedad. Enfoques desde el marxismo y la psicología freudiana (1970), fueron utilizados para dar respuesta al nuevo concepto de sociedad como mercancía y por lo tanto, se concibieron como un elemento más del mercado. La oferta y la demanda del mercado de los medios de comunicación es distinta no se establece bajo los mismos parámetros que se habían adjudicados como valor y trabajo anteriormente, sino que se consideran otras medidas para darle ese “valor al producto ofertado.”<sup>111</sup>

En los contenidos transmitidos, las industrias imponen los gustos y las preferencias que en un determinado momento suelen considerarse, las más aceptadas, las que a todos les gusta. Estos gustos o preferencias no son solo impuestos en el ámbito de la cultura, también son impuestos sutilmente en el ámbito de la política, cuando contribuyen -a través de la transmisión de constantes propagandas- al apoyo de ciertas causas y actores políticos.<sup>112</sup> Es importante prestar especial atención a la estructura económica de los medios de comunicación (como la prensa), pues es posible que se trate de una empresa o industria comercial, más dentro del orden económico, que del informativo; esto, debido a las grandes inversiones de capital necesario para el mantenimiento del mismo, lo más probable es que su surgimiento y existencia se deba a poderosos sectores económicos.<sup>113</sup> En términos del esquema de Lasswell el “Quién

---

<sup>111</sup> Bajo el enfoque de la escuela de Frankfurt, este producto ofrecido a las masas, reforzaba subliminalmente el sistema económico capitalista y hundía más en un letargo al trabajador bajo necesidades creadas e insatisfechas, por la ideología de la clase dominante.

<sup>112</sup> Los grandes monopolios y/o transnacionales de la comunicación, la posibilidad de transmitir al público contenidos con imágenes y sonidos de óptima calidad desde sitios insospechados, generando en el público satisfacción y cierta sensación de libertad, lo cual constituye para los emisores de contenido una importante herramienta para ejecutar el freno social. “En las sociedades capitalistas con la excusa de ‘entretener’, y en las socialistas bajo la de ‘educar’, lo que se persigue es que la inmensa mayoría de la gente piense, sienta y se comporte como lo pautan las instituciones”

<sup>113</sup> Giménez, L. y Hernández A., en su libro Estructura de los medios de difusión en Venezuela (1988), explican que debe considerarse el surgimiento de los medios de comunicación masiva cuando se hable de

dice,” está representado por los grandes propietarios, quienes a través de sus empresas emiten su ideología “económicamente dominante” en la sociedad, hacia una audiencia determinada. La forma más práctica de transmitir esa ideología dominante es a través del monopolio del mercado con lo que las ganancias se acrecientan.

De las 300 primeras firmas de información y comunicación, 144 son norteamericanas, 80 son de la Unión Europea, 49 son japonesas. Es decir, la inmensa mayoría. De las primeras 75 empresas de prensa, 39 son americanas, 25 son europeas, 8 son japonesas. De las 88 primeras firmas de informática y telecomunicaciones, 39 son americanas, 25 son europeas, 8 son japonesas. De las 158 primeras empresas fabricantes de material de comunicación, 75 son americanas, 36 son europeas y 33 son japonesas. Y el resto -cuando hay restos- tampoco es del Sur. El resto es de Canadá, Australia, Suiza, Taiwan, Singapur, es decir, al Norte, al fin y al cabo, independientemente de su ubicación puramente geográfica. (Herrera, 2001, p. 149, cita a Ramonet, 2004).

No es de extrañar que las tres grandes agencias mundiales AP (EUA), Reuter (RU) y AFP (Francia), tengan sus sedes centrales en las capitales de los países del norte.<sup>114</sup> Los medios de comunicación masiva en los países menos industrializados en el mundo se encuentran en una clara situación de dependencia informativa en lo que respecta a las fuentes primarias de las agencias de información, teniendo que utilizar sus servicios para saber lo que ocurre tanto en el mundo, como a veces dentro de sus propias fronteras.<sup>115</sup>

---

concentración de los medios, pues se aclaran los fenómenos vinculados con la conformación de los grupos económicos, verificándose estas tres vertientes:

1. Si el medio surge a partir del grupo económico, ya conformado por empresas, pertenece a diversos sectores de la estructura económica global.
2. Si el proceso de concentración se da por la reunión de diversas empresas aisladas, entre ellas los medios de comunicación masiva.
3. Si la empresa de los medios surge como empresa pionera, en el sentido de que a partir de su consolidación se genera la conformación de un determinado grupo económico.

<sup>114</sup> Es necesario añadir en este apartado la agencia EFE, de España, que 1992 se convirtió en la primera agencia de noticias utilizada por los principales periódicos de América latina.

<sup>115</sup> Cabe destacar que es muy poca la información que fluye en sentido contrario; es decir, desde los países subdesarrollados a las naciones dominantes, y la que se transmite deja mucho que desear de las denominadas “naciones del tercer mundo”, pues dichas noticias están cargadas de violencia, muerte y catástrofes naturales, elementos que hacen de la mercancía cultural, un producto de mucha demanda para el público. Herrera, Meliat (2004). [www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mherrera.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mherrera.html). Inf loc: 28/04/2017.



Rosalva Mancinas Chávez citando a Ramón Reig (2004) nos muestra una serie principios básicos con las características de los grandes conglomerados mediáticos, en los cuales se encuentran las especificaciones para poder determinar el alcance y trascendencia de ellos en la sociedad actual:

- Están conectados a redes financieras y tecnológicas (telecomunicaciones).
- Se han ido fusionando progresivamente (esta dinámica seguirá en el futuro).
- Establecen alianzas o acuerdos coyunturales para acciones concretas y para la compra-venta de productos comerciales.
- Es frecuente que compartan la propiedad de alguna empresa mediática o de otro tipo. Por ejemplo, Time Warner y Vivendi tienen un punto de contacto en la cadena europea de información CNN.
- Fijan el “orden del día” del mundo a través de sus servicios audiovisuales y de prensa (News Corporation tiene una fuerte influencia en la agencia Reuters).
- Influyen en mayor o menor medida en las culturas/mentalidades de los pueblos. Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, vienen construyendo nuestro universo simbólico.
- Son globalmente locales y localmente globales (el canal de música MTV, propiedad de Viacom — CBS desde 1985), trata de adaptar sus contenidos, en parte a la zona cultural donde se observe. Sin embargo, la transmisión mensajística es cualitativa y sustancialmente similar.
- No tienen un contra poder o contracultura similar a la de ellos.
- El receptor está obligado a contrarrestar sus posibles influencias negativas recurriendo a otras fuentes de formación y de información.<sup>116</sup>

Los grandes consorcios mundiales de la comunicación que podemos mencionar actualmente son:

- Time Warner –TBS-AOL-EMI. (EUA-Inglaterra),
- Viacom –CBS. (Estados Unidos).
- Bertelsmann (Alemania).
- ABC-Disney. (Estados Unidos).
- News Corporation (Inglaterra- EUA).
- NBC- Vivendi Universal (Francia, Canadá,- EUA).

---

<sup>116</sup> Mancinas Chávez. Rosalva (2008).

Estos seis grupos controlan la comunicación de manera global, además de tener relaciones y convenios e intereses económicos en otros sectores del mercado mundial, es decir; diversifican sus posibilidades de expansión comercial con otros grupos empresariales independientes, pero en una red global que involucra una distribución de sus productos con una información industrializada. Ana Segovia (2001), nos da una idea amplia sobre los alcances de los medios de comunicación y sus relaciones e intereses comerciales con otras empresas y el impacto que genera a nivel mundial, a partir de su estudio de los medios de comunicación en los EUA.<sup>117</sup> En la actualidad la fusión entre las grandes empresas de comunicación, es la forma de obtener mayores ganancias económicas y mediáticas, la globalización le permite auto-reproducirse y obtener mayores beneficios que en el anterior esquemas de aislamiento empresarial.

Actuar en un único medio significa la quiebra. Y con el aumento vertiginoso de la velocidad de los flujos de información no pueden limitarse a una única región para su actuación. Aparte de eso, la unificación de contenidos permite un abaratamiento de los costes y, consecuentemente, una mayor competitividad. (Mancinas, 2008, p. 92).

Quien tiene el poder de manejar los medios tendrá una capacidad superior para influir sobre las decisiones de las personas (la difusión de ideas políticas generalmente sigue intereses económicos muy particulares y se dan claros ejemplos de sectarismos o favoritismos según los ganancias de quienes manejan los medios masivos de comunicación), y tendrá una ventaja importantísima en la expansión del mercado, ya que en muchas ocasiones los dueños de los medios (cadenas, de radio, televisión y prensa, etc.), son los mismos dueños de las firmas que publicitan, acercándoles a las élites políticas y económicas. “La cultura se convierte en una mercancía y los medios en entidades económicas generadoras de plusvalía (directamente, a través de la venta de sus productos, e indirectamente, a través de la beneficios de otras empresas derivados de la publicidad)”. (Segovia, 2001, p. 50). No solo se mercantilizan los medios, sino que se presenta una Mcdonalización según George Ritzer (1996),<sup>118</sup> por la llegada de empresas

---

<sup>117</sup> El ejemplo más claro es la industria Disney, cuando sus estudios lanzan una película, la promocionan en sus parques de atracciones, tv por cable, por la ABC, en su industria disquera, editoriales libros y revistas, tiendas de ropa con los personajes del film y McDonald's ofrece su cajita feliz con los juguetes promocionales. Segovia (2001).

<sup>118</sup> En base a esta teoría de la “mcdonalización de la sociedad”, el producto informativo derivado es una información escasa o nulamente elaborada por medios de comunicación que no disponen ni de la infraestructura necesaria ni del incentivo económico para desarrollar informaciones propias y diferenciadas de la competencia, y que se dedican a replicar las noticias en base a criterios periodísticos

transnacionales al mercado local, el aumento de la producción y fusión de empresas y el vertiginoso desarrollo de las tecnologías, así como también por las audiencias que son consideradas como mercancías. Los anunciantes determinan en gran medida el producto informativo, ocupando lugares preferentes.<sup>119</sup>

Por ejemplo, la planilla de un periódico se adapta a las órdenes de publicidad y en muchos periódicos de forma sistemática las páginas impares están ocupadas por publicidad. La publicidad puede llevar incluso a “levantar una noticia” para que su espacio sea ocupado por un anuncio bien pagado. De forma contraria se daría, donde no hay espacio suficiente, siempre se cae la noticia y no hay publicidad. En este caso y siguiendo la teoría de la “*agenda setting*,”<sup>120</sup> en buena medida la agenda de los medios estaría condicionada por la publicidad, puesto que un tema no entraría en la agenda de los medios si es sustituido por publicidad. Dependiendo de ese tipo de público los anunciantes decidirán si les interesa invertir en el medio o programa. Así, en un diario gratuito y popular será más difícil encontrar anuncios de coches de lujo o de marcas de moda exclusivas y sí de productos más populares.

Para la definición del público “*target*” se toman en cuenta criterios: socio demográficos (sexo, edad o nivel de estudios), socioeconómico (nivel de ingresos, nivel de consumo o clase social) y criterio psicográficos (personalidad, estilo de vida y sistema de valores). Sin embargo, también muchos productos mediáticos van dirigidos a un público masivo y por tanto heterogéneo sobre todo los medios más masivos como es el caso de la televisión. Los medios generalistas no pueden adecuar completamente sus ofertas a las demandas y preferencias de cada persona, sino que tienden a buscar “factores comunes de interés.

---

de selección de los hechos relevantes que homogeneízan la actualidad para el gran público. [www.carlosgonzalo.es/mcdonalizacion-de-la-sociedad](http://www.carlosgonzalo.es/mcdonalizacion-de-la-sociedad).

<sup>119</sup> La radio, la televisión reservan sus mejores momentos a la publicidad, cuando no cortan sus programas o retransmisiones para ofrecerla, en el momento más intenso de la acción, lo que se denomina el clímax. La evolución es evidente en los informativos de televisión o de radio. En el inicio de las emisiones eran programas exentos de publicidad, se podía insertar antes y después pero jamás dentro de ellos. Ahora se permiten cortes de publicidad, patrocinios del tiempo, de la información deportiva, incluso de entrevistas.

<sup>120</sup> La teoría del establecimiento de la agenda, también conocida como teoría de la *agenda-setting* postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar qué asuntos poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.

La necesidad de agradar a una audiencia masiva favorece la proliferación de contenidos culturalmente poco exigentes: “cualquiera puede tolerar un producto menos sofisticado de lo que le gustaría; en cambio, si el contenido supera su capacidad de comprensión se produce un rechazo completo. Sobre todo cuando el consumo de los medios generalistas se produce en grupo -usualmente en familia- las ofertas suelen elaborarse pensando en las personas con menos formación cultural.”<sup>121</sup> Sin embargo, lo que está detrás de estas líneas de trabajo es la búsqueda de las relaciones sociales que rigen los procesos económicos en los sistemas de comunicación, a través del poder. “El análisis económico debe de ser visto solo como un punto de partida y no de llegada” (Murdock, 1990, p.193).

### **3.5.- Escuela latinoamericana sobre la economía política.**

En Latinoamérica e Iberoamérica también existen aportaciones importantes al estudio de la Economía Política de la Comunicación y sus implicaciones con otros sectores del sistema político y económico.<sup>122</sup> Los estudios durante las últimas tres décadas han sido de gran relevancia y han asumido con rigor las implicaciones que la Economía Política en los Medios de Comunicación genera en las sociedades con un nivel de desarrollo dispar entre sí, pero con políticas económicas que han sido impuestas en algunos sectores de sus industrias por parte de organismos internacionales. Guillermo Mastrini y Martin Becerra (2006), hacen un re-formulario a forma de síntesis de las propuestas que Heriberto Muraro hiciera en los 80 del siglo pasado, describiendo un panorama de estudios de Economía Política de medios, desde perspectivas variadas que han nutrido el conocimiento que se exigía en ese momento:

1.-Las correlaciones y mutuas determinaciones existentes entre los procesos macroeconómicos y los comunicacionales. Los medios (masivos o de “nicho”), la socialización y el comportamiento de los agentes económicos. La información y su influencia en el entramado económico-financiero.

---

<sup>121</sup> (Sánchez-Tabernero, 2008. p. 85). <https://revistas.ucm.es/>. inf.loc: 13/04/2017.

<sup>122</sup> En los 80, Heriberto Muraro publicaría el texto: “Economía y Comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas. Con especial referencia a América latina” (1987). Dicho artículo abre el camino al estudio que el desarrollo tecnológico de los sectores de las telecomunicaciones generó y la necesidad de poseer un conocimiento para poder entender las implicaciones de los mismos en las actuales sociedades latinoamericanas.

2. La incidencia de las nuevas tecnologías en la organización técnica, productiva, financiera o administrativa de las actividades económicas (incluyendo especialmente la cuestión laboral).
3. La incorporación de dinámicas socioeconómicas a lo cultural, así como los condicionamientos socioculturales de lo económico.
4. Las industrias culturales (en tanto que complejos económicos tecnológicos integrados) más allá de los análisis de las relaciones de propiedad.
5. Política y legislación sobre industrias culturales en el contexto de la convergencia tecnológica y la concentración económica.<sup>123</sup>

Con respecto al primer punto, es innegable a nivel mundial el crecimiento económico de las industrias culturales, su globalización y las nuevas tecnologías han sido determinantes para que se alcanzara una alta mercantilización en su producción, aun cuando existen vacíos para grupos minoritarios de la sociedad. Los estudios de Alain Herscovici (1994), han sido sobre la desterritorialización económica con la producción cultural. Así como la aportación de José Vidal Beneyto (2002), sobre los efectos que la globalización ha abierto en la definición de un nuevo concepto de esfera pública y de regulación del sistema de medios.<sup>124</sup> No obstante, en los 90 hay un retroceso en el movimiento del pensamiento crítico y una supremacía del pensamiento neoliberal sobre los medios.

Los estudios sobre los efectos de la liberación de los mercados ha generado el interés por conocer sus implicaciones y como han dado estos movimientos, principalmente en la producción local, Guillermo Mastrini y César Bolaño (1999), han dado cuenta de ello; la integración en bloques económicos en Latinoamérica, también ha sido fuente de estudios y como estos países integrados durante el neoliberalismo han desarrollado su industria cultural, Sergio Cappareli (1999) y Luis Albornoz (2000) han abordado este tema de distintos enfoques. La gran mayoría de los estudios mencionados en este apartado reconocen la influencia del trabajo de Ramón Zallo (1988) que estableció las bases para el estudio de las industrias culturales desde la perspectiva de la Economía Política de la región.

---

<sup>123</sup> La economía política de la comunicación vista desde América Latina. [www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/96/95i](http://www.compos.org.br/seer/index.php/ecompos/article/viewFile/96/95i). Inf loc: 28/01/2017.

<sup>124</sup> Ibid.

Siguiendo el segundo apartado, existen aportes empíricos sobre el plano conceptual y la lógica de su funcionamiento, en los procesos y actividades culturales: Ramón Zallo (1988,1992, 1995, 2000), César Bolaño (2000, Mastrini y Bolaño, 1999, Bolaño y Herscovici, 2004), Heriberto Muraro (1987), Claudio Katz (1997, 1998, 2001), Guillermo Sunkel (1999, 2001), Alain Herscovici (1994, 2004), Luis Stolovich (1997, 2001), Delia Crovi Druetta (2001, 2004), Francisco Sierra (2002,2005,2006) o Manuel Castells (1994, 1995). Los cuales, ponen el acento en el cambio a modo de desarrollo, lo que algunos de ellos nombran como modo de acción, proceso que independientemente de los términos, es protagonizado por las actividades infocomunicacionales. El punto tres, nos habla de lo socioeconómico a lo cultural y viceversa, donde Canclini (2004), con referencia a Bourdieu y Eco, ha trabajado para entender como la producción cultural se forma también en la circulación y recepción de los productos simbólicos. El cuarto punto establece de acuerdo a Ramón Zallo (1988), una ponderación al análisis de las industrias culturales y sus alcances ideológicos a través del análisis de propiedad, estableciendo una correlación en la producción cultural y las dinámicas económicas involucradas.

Junto a él, Enrique Bustamante (1999), analizan la estructura económica de la televisión a partir de las transformaciones propias del periodo neoliberal, dejando un precedente para futuros trabajos sobre la materia. Por su parte Mastrini y Becerra (2006), han aportado un estudio a nivel latinoamericano, sobre la relación entre concentración de propiedad y su relación con el pluralismo informativo. Finalmente el quinto punto, trata sobre la legislación de los medios y sus consecuencias en el mercado. Estos estudios han presentado información sobre las relaciones que se dan entre las industrias culturales y el sistema político y sus normas y leyes que los rigen en sus actividades, dado que los cambios en la legislación de las industrias culturales han acompañado su vertiginosa transformación económica.

España como parte de los estudios iberoamericanos ha contribuido a desarrollar una amplia variedad de información sobre la economía y los medios de comunicación. La Universidad de Barcelona, bajo la tutela de Miguel Morangas han hecho estudios sobre estructura, dinámica y financiamiento de las actividades audiovisuales y de prensa escrita, “el observatorio de políticas de comunicación,” ha generado trabajos

enriquecedores de igual forma La Universidad Complutense de Madrid, también han generado aportes académicos como los de Ana Isabel Segovia Alonso<sup>125</sup> y Fernando Quiroz, sobre las políticas que derivaron en el fracaso de la etapa democratizadora previa al neoliberalismo. Estudios regionales desde el País Vasco y la Universidad de Sevilla han contribuido a estudios en materia audiovisual, desde sus ámbitos locales, contribuyendo a esclarecer como los cambios en su industria cultural en su región se contrastan con el total del continente.

En términos generales, todos los trabajos coinciden en destacar el profundo impacto que la ejecución de políticas de orientación neoliberal ha tenido sobre la estructura de las industrias culturales. Podemos concluir que después de la propuesta de Muraro, hace más de tres décadas, que Iberoamérica ha tenido una gran aportación académica sobre la Economía Política de la Comunicación, pasando de estudios instrumentales a un análisis objetivo de la industria cultural, mecanismos, conformación estructural, normas y mensajes, hasta las nuevas tecnologías en su desarrollo económico. Aún queda espacios por desarrollar como la socialización de sus agentes, producción y distribución con respecto a las políticas culturales, así como estudios de tipo comparativo y sus implicaciones con respecto a la totalidad del sistema; aunado a la gran difusión e importancia que se le dan a las nuevas tecnologías de la información, donde sus alcances y límites legales y sociales han generado una amplia información sobre el tema.

Finalmente, la Nueva Economía Política (NEP) como ciencia social moderna de la Economía Política Clásica, trata interdisciplinariamente una pluralidad temática: la lógica de la acción colectiva, la economía política del desarrollo, el control electoral, la organización de las actividades legislativas, la burocracia pública, la regulación de los servicios, la provisión de bienes públicos y la toma de decisiones en los sistemas políticos. Utilizando la metodología de la economía neoclásica, teniendo en cuenta los actores políticos de forma individual y/o actuando colectivamente, en grupos, tales como los votantes, la administración, partidos políticos y grupos de interés. La nueva

---

<sup>125</sup> La aportación de Segovia Alonso, nutre de información del mercado Anglosajón, con un análisis detallado de los medios de comunicación en los Estados Unidos de Norte América, describiendo sus estructura y funcionamiento económico, así como sus sistema de normas y leyes que los regulan (2001).

Economía Política se ve como una economía positiva, que describe el contexto actual, tal y como es.

### **3.6.- Estructura económica de la prensa en los sistemas mediáticos.**

Las características propias de las empresas capitalistas como las rotativas: nivel de audiencias, tiraje, producción, facturación, concentración y pluralidad, entre otros factores sirvieron; para el análisis sobre la influencia de los medios de comunicación en los distintos sistemas políticos democráticos occidentales. Sin embargo, es necesario especificar que el nivel de poder que hay en la prensa en el caso específico, se puede diferenciar por su zona geográfica, cultural y desarrollo económico, es decir; no se puede comparar el nivel de consumo y demás factores propios de las empresas mediáticas, pero si encontrar similitudes simbólicas entre ellas mismas.

Los estudios sobre las implicaciones económicas de los medios impresos, fue a partir de la segunda mitad del siglo pasado, motivados por el aumento exponencial tanto de los medios de comunicación como de las nuevas conductas de los consumidores y sus contradicciones socioculturales. Sin embargo, no se puede hablar propiamente de empresas globales hasta mediados de los 80, donde aparecen los grandes consorcios en el mundo occidental, como consecuencias de los grandes desequilibrios ocasionados por los flujos globales de comunicación; así como la crisis originada por el monopolio público de los medios. La modernidad en el nuevo sistema de comunicación impresa y su infraestructura tecnológica y profesional,<sup>126</sup> se adecuaron a los nuevos modos de organización social, económica y política; asumiendo una doble tarea: contaban con más capacidades para informar a la sociedad de forma equitativa, participativa, creativa, y sumaban interacciones de influencia significativa con otros subsistemas, dividiendo el sistema de comunicación entre el sistema de producción.

Como siempre ha sucedido, los usos apropiados de los sistemas institucionales de comunicación, se deciden por organizaciones políticas y económicas que en cada época controlan los recursos comunicativos. En nuestra época la forma de utilización de los medios promueve una información y una formación basada en la ética del dominio. Que es lo propio de quienes han secuestrado la comunicación global y se sirven de la ubicuidad informativa para ampliar la explotación a escala mundial y controlan la acumulación de la plusvalía. (Serrano, 2004, p.106).

---

<sup>126</sup> Cft. con el análisis de Max Weber, sobre la ética del capitalismo.



Las promesas de crecimiento de las nuevas tecnologías en siglo XXI, vino a ser el marco con el que los tradicionales medios (entre ellos la prensa), tuvieron que adaptarse y evolucionar o integrarse a un consorcio de escala mundial. La nueva ley de mercado mediático, prevaleció con cierto matiz de acuerdo a aquellos sistemas donde había antecedentes de una filosofía del servicio público, intentando regular los nuevos derechos a la información; en los 80 la UNESCO a través del informe de la Comisión *Macbride*, expuso los nuevos retos que enfrentarían las industrias culturales, como la concentración, la pluralidad, la libertad de información y la libre circulación. En la actualidad, los estudios sobre los desafíos que se argumentaban hace tres décadas, siguen siendo poco valorados, por instituciones académicas y oficiales, “no hay una actitud clara para el estudio de los medios impresos y sus relaciones económicas y políticas, existiendo una timidez en el análisis del capitalismo contemporáneo en su amplia complejidad y diversidad de datos por encarar”. (Becerra, Mastrini. 2006, p.13)

### 3.6.1.- E.U.A

En los Estados Unidos de Norteamérica, la prensa protegida legalmente por la 1<sup>ra</sup> enmienda de la Constitución, presenta una historia de su mutación genética actual, es decir; para poder entender su ADN liberal, se tiene que entender cómo surge auténticamente y los elementos estructurales que la conforman; personajes de ficción como el *Citizen Kane* (1941), vestidos en un poder omnímodo de los conglomerados informativos, nos ofrecería una visión de ese entonces calcada literalmente en la actualidad. El surgimiento de la bonanza económica en la década de los 20,<sup>127</sup> dará pie a los futuros monopolios informativos y fusiones a gran escala, que será un modelo de éxito económico, así como un gran poder para las élites empresariales, tanto dentro del propio país como fuera de sus fronteras en la pudiente nación capitalista. Entre los nuevos empresarios de la prensa escrita que se peleaban por obtener las mayores ganancias en sus tirajes se encontraban:

El ahora admirado Joseph Pulitzer y el denostado William Randolph Hearst. Pulitzer será el primero en hacer ese periodismo moderno —o de masas— en el que el sensacionalismo estará presente a través de grandes

---

<sup>127</sup> El “fordismo” y el “taylorismo”, serán los pilares que catapultan a los Estados Unidos como una potencia económica y de gran influencia en el resto de los demás países de occidente, la industria del automóvil será un gran detonante para el desarrollo a lo largo de la Unión Americana, así como el apoyo que el gobierno le ofrece en sus políticas públicas industriales a los nuevos empresarios.

fotos y titulares cuya misión es destacar la noticia de interés humano, provocada, deformada o incluso falsa. (Segovia.2001, p.255).

Los *mass-media*, cómo se conocen en el “argot” estadounidense, están orientados a obtener una alta rentabilidad a un menor costo. El nacimiento de esa nueva forma de considerar el periodismo va también unido a una nueva forma de financiación: La publicidad. De este modo nos dice Segovia (2001), la prensa pasa de una dependencia política o de ayudas estatales a una dependencia estrictamente económica. A partir de los 70, la prensa escrita sufre una considerable transformación, el crecimiento de los grandes consorcios editoriales, se ve emparejado a una fusión entre diferentes medios de comunicación con un solo dueño: radio, televisión y prensa.<sup>128</sup> Un ejemplo de ello, era el imperio mediático de Ropert Murdoch, presidente de New Corp, 21st Centuri Fox.<sup>129</sup>

Esta concentración de poder mediático está íntimamente ligada a las élites como diría Mills (1993). Los grupos de poder en la sociedad más capitalista por antonomasia, se fincaron en una red que involucraba violaciones y corrupción al marco jurídico, pero también se fundó en una actitud de poder antropológico, que solo el ciudadano estadounidense comprende en su *american dream*. Estos grupos de poder, están compuestos por individuos organizados en asociaciones anónimas, que utilizan a los medios de comunicación como válvulas de escape de forma lenta y matizada; alejando a los ciudadanos de la vida pública, obteniendo toda la responsabilidad en su vida diaria.<sup>130</sup>

---

<sup>128</sup> El consorcio mediático más influyente es la Gannett Co, propietaria de 98 diarios en EE.UU. y 500 publicaciones periódicas que se distribuyen por todo el mundo, además de una filial en Londres. (Segovia.2001). En 2015, Gannett Co. Inc. hizo girar su negocio editorial en una entidad separada que cotiza en bolsa, manteniendo las divisiones de medios de internet. El 7 de octubre de 2015, Gannett llegó a un acuerdo para comprar el Journal Media Group por 280 millones de dólares, lo que le dio el control de publicaciones en más de 100 mercados en el medio oeste y el sur de Estados Unidos. En abril de 2015, la EW Scripps Company adquirió las propiedades de la televisión y la radio propiedad de su predecesora técnica, Journal Communications, y lanzó sus respectivas operaciones de publicación en Journal Media Group. En diciembre de 2015, Gannett anunció que sus periódicos locales serían calificados como "USA Today Network", lo que significa una asociación más estrecha con el diario nacional USA Today.

<sup>129</sup> Twentieth Century Fox Film Corporation (coloquialmente: Twentieth Century Fox; 20th Century Fox; Fox). Es un estudio de cine estadounidense y distribuidor de cine, dentro de Walt Disney Studios, propiedad de The Walt Disney Company. El estudio fue anteriormente propiedad de News Corporation de 1984 a 2013. El conglomerado mediático controlado por Rupert Murdoch.

<sup>130</sup> La democracia capitalista solo puede funcionar si unos pocos son quienes toman las decisiones, con una participación superficial de la "masa". En este sentido la despolitización, apatía y cinismo que provocan los medios de comunicación en el ciudadano son muy útiles e imprescindibles para el

A finales de los 80 principios de los 90, la influencia económica de las empresas mediáticas, generó el interés de regular sus actividades a través de un marco legislativo que establecía sus límites ante al Gobierno y las demás empresas. Tanto la radio, prensa como la televisión, fueron puestas a discusión por su contenido, licencias y permisos, como por el límite de propiedad que podían tener cada empresa, lo que permitió el ingreso de nuevos accionarios a los medios de comunicación.<sup>131</sup> Lo que vendría a ser el advenimiento oficial del neoliberalismo empresarial en los medios de información y sus principales adeptos fuera de los EUA, estarían los países en vías de desarrollo como México, Chile y Argentina. Estos regímenes neoliberales, junto a Inglaterra como principal precursor de estas políticas económicas en Europa, establecerían un acuerdo en la Organización Mundial de Comercio (OMC), institucionalizando sus principios a nivel mundial en el sector de la información. Por ejemplo, la Ley de Medios, durante el primer mandato de Bill Clinton (1993-1997), presentaba cuatro grandes enfoques que podemos considerar como propios del neoliberalismo:

- 1.- Poseía un apoyo ideológico desde la postura neoliberal, estableciendo las categorías esenciales para su desarrollo.
- 2.- Era una clara ley que promovía el libre mercado y competencia entre aquellos empresarios que deseaban ser parte de los medios.
- 3.- Reducía los costes tras la fusión entre empresas y liberalizaba las tarifas.
- 4.- Abría las restricciones legales que antes existían para las empresas de TV por cable, así como un marco jurídico las nuevas tecnologías de la información.<sup>132</sup>

---

funcionamiento del sistema. Cuando la gente abandona la esperanza de que el cambio social puede ser factible y beneficioso, se alejan de la vida pública, dejando en manos del vértice de la pirámide de poder toda la responsabilidad.

<sup>131</sup> Para mediados de los 90 la ley de telecomunicaciones establece las siguientes consideraciones: Una ley que promueva la competitividad y reduzca la regulación con el fin de asegurar precios más bajos y mayor calidad de los servicios de telecomunicaciones para los consumidores americanos y fortalezca la rápida implantación de las nuevas tecnologías de telecomunicaciones (Segovia.2001, p.234).

<sup>132</sup> Para el 2000 la fusión entre la Time Warner y la Internet American On Line (AOL), describe como la antigua empresa mediática se integra con la moderna y de visión futurista AOL, no solo por cuestiones de mercado, considerado en millones de usuarios, sino; por la cobertura que ahora tendrá por internet su empresa. Tras inicio con pedidas millonarias la fusión entre ambas empresas empezó a hacer dinero. La meteórica transformación de la firma hacia un negocio orientado al mercado publicitario empezó en junio de 2005, cuando la cúpula directiva dio un golpe de timón, convirtiendo en gratuitos la mayoría de los contenidos y programas, hasta entonces reservados a los clientes que pagaban sus conexiones telefónicas a Internet. <http://www.expansion.com>

El antecedente de autonomía y descentralización de las empresas mediáticas en los EUA, ha tenido una característica distintiva de los demás países, para 1984 se iniciaría el proceso de desmantelamiento casi monopólico del sistema de telecomunicaciones; en donde su proceso regulatorio y apertura, en ocasiones contradictorio a tenido tres fases visibles según McQuail (1998): **a)** el modelo de libertad de prensa, aplicado a los medios gráficos que defiende la Constitución, **b)** el modelo que regula la infraestructura pero no el contenido, y **c)** el modelo de emisión, que regula el contenido y algunos tipos de libertad de expresión. El cuarto poder, como ha sido llamado el ejercicio periodístico en los EUA, ha tenido una trayectoria importante en la vida social de la Unión Americana, como una actividad de libertad a las garantías individuales. Con excepción de la investigación de la *commission on Freedom of the Press* en 1947, su fundamento de responsabilidad social perdura hasta la actualidad, así como los criterios de acción para los responsables de dichos medios; sin embargo, existe una ambivalencia e incoherencia, para reconocer las amenazas a la libertad de expresión que surgen del proceso de monopolización de la misma prensa.

### **3.6.2.- Europa**

Tras la postguerra en los años sesenta y setenta, algunos países del viejo continente, empezaron a interesarse en los posibles efectos negativos del ramo de las comunicaciones y de la libertad de expresión. Lo que inspiró a instituciones europeas al estudio filosófico de la dualidad entre el pluralismo y la concentración. Por un lado, el Consejo de Europa, fundamentó toda su acción en la defensa de principios tales como la libertad de información y de comunicación y por otro, el Consejo de la Unión Europea, estableció su acción en objetivos económicos o industriales (como la constitución de un mercado interior, o la búsqueda de grupos de comunicación suficientemente potentes para competir con los grupos norteamericanos).

Esta doble naturaleza quedó patente, en la existencia de una dualidad de organismos de regulación, uno para el audiovisual público y otro para el privado, como es el caso de Gran Bretaña Finlandia y Luxemburgo. Mientras que las televisiones públicas debieron de cumplir objetivos relativos a la defensa del pluralismo y la potenciación de la industria audiovisual, en las televisiones privadas estos objetivos no

siempre son de obligado cumplimiento, al menos de hecho.<sup>133</sup> Los informes presentados en 1970 y 1978 por las instituciones europeas antes mencionadas como por informes nacionales de Francia y Alemania, dejaron un referente sobre los estudios de las nuevas empresas mediáticas, su constitución, sus funciones, así como la forma de regular sus actividades en el nuevo contexto mundial. Junto a estos informes aparecen los primeros estudios académicos sobre transparencia en las empresas mediáticas de M. H. Seiden (1974), los efectos de la concentración mediática en el sistema político de Shiller (1976), y la homogeneidad de los contenidos informativos por Gormley (1976). En España importantes aportaciones son los estudios de E. Bustamante, R. Zallo y J. C. Miguel; ellos específicamente centraban sus análisis en los aspectos negativos sobre la concentración mediática desde un enfoque cualitativo. Los aportes describían una concentración de los medios de límites nacionales hasta en ese entonces, principalmente estaban enfocados a la concentración de las empresas mediáticas de prensa escrita y garantizar el pluralismo informativo.

Durante los 80 aparecieron nuevas interpretaciones académicas aunque seguían con las mismas directrices nacionalistas, desde una óptica cuantitativa, sobre la concentración de los medios europeos. Con la “teoría crítica” de una visión neo marxista se vino a dar una apertura metodológica en cuanto a las directrices con la que se analizaban los medios, principalmente desde la Economía Política, que sería quien presentaría nuevas categorías, distintas a las clásicas para el análisis de las empresas de medios de información. Los autores más importantes en esta línea fueron M. Mattelart, J. Carrant, J. Seaton y B. Bagdikian; por mencionar algunos. En las década de los 90 existieron aportaciones que ampliaron el análisis metodológico en diferentes ámbitos (estructuras de medios nacionales, legislación, audiencia y sobre el nuevo orden de la información mundial, propietarios/grupos de poder y transparencia en la publicidad),<sup>134</sup>

---

<sup>133</sup> Medina-Nieto, Margartita. (2017). Revistas de estudio de comunicación. [www.ehu.eus](http://www.ehu.eus). Inf loc: 07/04/2016.

<sup>134</sup> La concentración de audiencias, conocer el número de oyentes que alcanzan los principales medios de comunicación. El análisis de la publicidad por diversas razones: 1) la concentración publicitaria es una de las manifestaciones de concentración informativa; 2) la publicidad incide de manera decisiva en la explotación económica de las empresas de comunicación; 3) la publicidad hace posible la gratuidad; 4) la estrecha relación que existe entre el poder de anunciar y el poder de comunicar; 5) las características de la publicidad y la posible concentración de anunciantes, pueden contribuir a fomentar o a limitar el pluralismo informativo y la libertad de expresión. La cuestión de la titularidad y propiedad de las compañías reviste claro interés para este asunto, pues son precisamente los propietarios del medio quienes, con su poder de decisión, motivan las adquisiciones, fusiones y alianzas y, además, como accionistas, están también directamente involucrados en las repercusiones económicas de los procesos de

en las empresas mediáticas, concurriendo estudios más amplios como los Sánchez-Tabernero (2002), llevados a cabo por el Instituto Europeo de Medios en más de 17 países de Europa.

En la primera década del siglo XXI, aparecen en Europa los cambios en las empresas mediáticas de relevancia mundial con los siguientes aspectos que no habían despuntado con suficiente fuerza en las décadas anteriores: globalización de los mercados, aparición de nuevas tecnologías de la información, concentración global de empresas, una legislación desfasada entre empresas de medios y el nuevo marco regulatorio mundial y el empoderamiento de las agencias publicitarias con respecto a los demás elementos del sistema. La prensa en el viejo continente tiene características *suígeneris* de acuerdo a su historia sociopolítica.<sup>135</sup>

Europa, además de poseer las agencias de información más importantes en el mundo (EFE de España, Reuters de Gran Bretaña y AFP de Francia), algunas desde el siglo XIX, generó un perfeccionamiento sustancial en los futuros medios de comunicación dentro del modelo económico capitalista en apogeo mundial. La cada vez más solicitada necesidad de noticias sobre lo que acontecía en el mundo, hizo que los diarios crecieran exponencialmente bajo ese esquema laboral. Desde 1945 a 1970, Europa vivió una etapa de expansión económica que impulsó notablemente al sector informativo. Para los 70, sin embargo, inició una crisis económica y tecnológica que afectó a gran parte de los viejos conglomerados mediáticos, lo que dio entrada a la sociedad de la información actual. La información cada vez más, se convirtió en un fenómeno supranacional y hay un claro predominio de las agencias y cadenas de

---

concentración. Las innovaciones tecnológicas han incidido no solo en la difusión de los contenidos sino también en la explotación económica del medio, ya que han liberado las limitaciones impuestas, respecto a la escasez y limitación de frecuencias. Entre estas innovaciones trascendentales para la empresa de comunicación se encuentra la progresiva digitalización. <https://eprints.ucm.es/>. Inf loc. 27/10/2017.

<sup>135</sup> La aceptación progresiva del constitucionalismo. La Revolución Industrial, que provoca el fenómeno de la urbanización, lo que implica la aparición de la prensa obrera. El desarrollo de la enseñanza: la progresiva alfabetización de las clases populares hace que se demanden más noticias y más actuales. Se puede afirmar que durante el siglo XIX existieron dos bloques de medio informativos diferenciados: la prensa política, caracterizada por el uso de los medios como transmisores de ideología, y la prensa informativa, que irá evolucionando hasta la prensa de masas del siglo XX y cuyo objetivo inmediato es el beneficio económico. La prensa durante la Primera Guerra Mundial tuvo características muy ligadas a los principios ideológicos de cada uno de los contendientes.

televisión americanas.<sup>136</sup> El desarrollo de las nuevas tecnologías afectó a todos los medios de comunicación y se acentuó la tendencia a la concentración de emisores, Estados que mantenían medios públicos los privatizan dejándolos en manos de grandes grupos empresariales: Bertelsmann (Alemania), Vivendi (Francia) y Rizzoli Corriere della Sera Editori (Italia).

Este antecedente tiene gran relevancia en la prensa, ya que se establecieron normas de exclusión a los dueños por colaboraciones con los nazis, así como de influencias extranjeras; en varios países se hicieron leyes de protección de la prensa, para proteger la diversidad política como una prioridad democrática. Se puso mayor énfasis en el derecho del ciudadano de ser informado, que los derechos del dueño editorial, se exigieron una mayor interdependencia del Gobierno, así como de los intereses empresariales y por último, según McQuail (1998), se pretendió un pluralismo informativo al servicio público, sin embargo; fue equiparado con un enfoque capitalista dentro de un mercado libre y eficaz.

Considerando como variables: la intervención estatal, el profesionalismo periodístico, el paralelismo político y la estructura económica de los medios impresos, Hallin y Mancini (2004), establecieron una distinción de la prensa europea en tres grupos; los países del mediterráneo poseían características de una prensa elitista y de gobiernos en su pasado reciente autoritarios: España, Portugal, Grecia, Italia y Francia.<sup>137</sup> Los del centro o norte de Europa continental, Alemania, Suiza, Finlandia, Austria, Bélgica, Holanda, Noruega, Suecia y Dinamarca como países de estabilidad económica tradicional e industrializados, y los del norte liberal, como países desarrollados democráticamente sin la incidencia mayoritaria de las variables consideradas: Gran Bretaña e Irlanda. Canadá y Estados Unidos de América.<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> En la Europa continental la necesidad de regular los medios impresos con excepción de Gran Bretaña, con respecto al modelo anglosajón, fueron ampliamente compartidos y ejercieron su influencia en la reestructuración de la prensa posterior al Segunda Guerra Mundial.

<sup>137</sup> Francia posee ambas características tanto del centro de cómo del Mediterráneo.

<sup>138</sup> Estos dos últimos países, fueron considerados al existir una relación cultural, histórica e institucional con las sociedades del norte de corte liberal.

El argumento metodológico de este estudio, es que no se puede conocer el sistema mediático sin conocer la naturaleza del Estado, *sin estudiar la estructura del sistema político de partidos, sin estimar la importancia de las instituciones que configuran la sociedad civil*. Aunque en la propuesta de hacer un estudio de sistemas mediáticos comparados, configuran una independencia entre sistema mediático y sistema político, sin embargo; conservan una cierta afinidad o semejanza en sus acciones, no se puede modificar el sistema mediático de un país, sin tomar en cuenta su evolución histórica y el contexto sociopolítico donde se inserta.<sup>139</sup>

El siguiente mapa europeo figura 2.- describe a la prensa a principios del siglo XXI, en un recorrido norte-sur que marca tres planos de difusión bien diferenciados.<sup>140</sup> El primero, el de los países nórdicos, entre los que se registran los niveles más altos, con más de 400 mil copias por mil habitantes; el segundo, formado por una amplia franja central, que va desde el Reino Unido a Austria, donde la mayoría de los indicadores nacionales se sitúan entre 200 mil y 300 mil ejemplares, y el tercero, la fachada sur, incluida Bélgica, con valores muy por debajo de las 200 mil copias, donde Portugal y Grecia marcan las niveles más deprimidas.

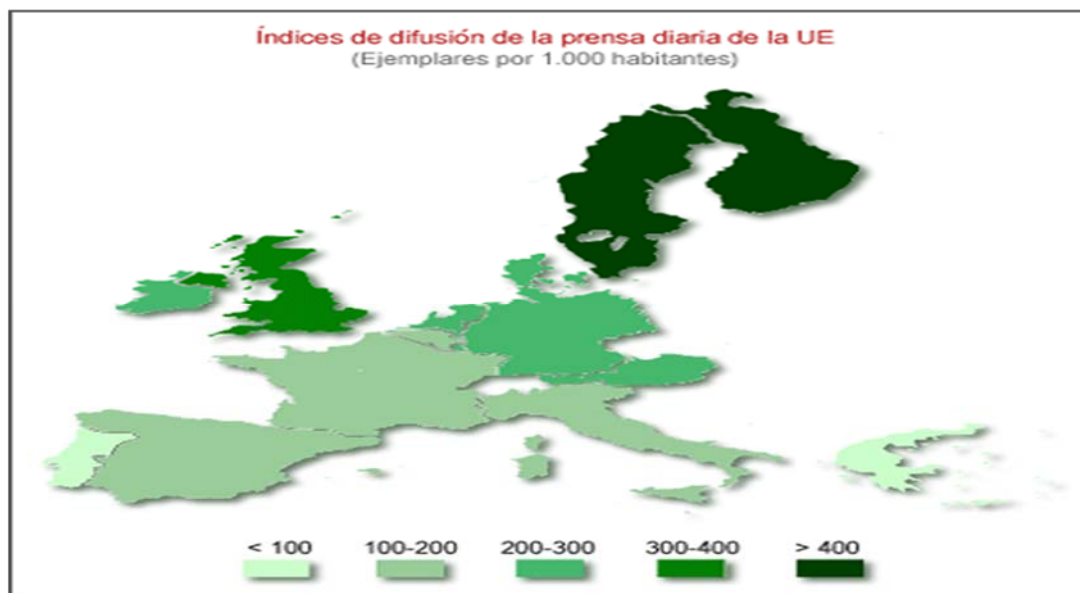


Figura 2: Fuente: Libro Blanco, 2017.

<sup>139</sup> Hallin y Mancini, (2008). Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre la prensa. [www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_129\\_071262609522690.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_129_071262609522690.pdf). Inf loc: 26/08/2017.

<sup>140</sup> La historia, la diversidad, el nivel de presencia del medio son, por otra parte, indicadores culturales que distinguen a Europa y que distinguen diferentes grados de desarrollo nacionales.



El carácter nacional, regional o local de los diarios restringe el área de circulación de éstos a territorios muy definidos, por lo que no es posible hablar, con propiedad de una prensa de difusión europea, salvo en los casos del diario británico de información económica *Financial Times*, que tiene una circulación de 487.263 ejemplares, 306.870 se difunden fuera del Reino Unido y del atípico *International Herald Tribune*, editado en París. Existen, eso sí, flujos transfronterizos en zonas de homogeneidad lingüística y ventas significativas fuera de determinadas naciones, pero en gran medida a ciudadanos residentes de forma temporal o permanentemente en otros países de la UE.

Finalmente la adaptación a la industria periodística europea a la informática ha creado las llamadas "redacciones electrónicas", en donde se aplican nuevos sistemas y se utilizan programas informáticos que permiten la autoedición, digitalización de la imagen, la impresión descentralizada; y lo que ha sido el boom en la sociedad de la información: El periódico digital. Este sistema, denominado "neocapitalismo informativo", se asienta sobre dos pilares sociales: el Estado y los grupos privados. Los grupos privados aportan el capital, la capacidad y la organización tecnológica y el apoyo al Estado. Estos grupos crean las empresas o grupos periodísticos en un mercado competitivo y alcanzan un elevado volumen de ventas y fuertes ingresos publicitarios, y se convierten en medios atractivos para inversores y negociantes, como *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur* y *Liberation*, *L'Express* y *Le Point* en Francia; *Bild Zeitung*, *Die Zeit*, *Der Spiegel* y *Stern*, en Alemania; *eII Manifesto* y *La Repubblica*, en Italia.

Esta razón hace que la prensa esté dominada por hombres y grupos ligados de una u otra forma al poder económico y político. En la actualidad, el capital privado es el responsable y principal valedor de la gestión informativa de la prensa. Y a pesar de los controles que los estados establecen para evitar la concentración de muchos medios en pocas manos, los principales *trusts*<sup>141</sup> o grupos empresariales informativos han incrementado su poder.

---

<sup>141</sup> El término *trust* define la situación en que varias empresas que producen los mismos productos se unen formando una sola empresa. Esta tiende a controlar un sector económico y ejercer en lo posible el poder del monopolio. El paso previo a la aparición del *trust* es la colaboración entre varias empresas que se unen con el fin de obtener determinados beneficios económicos mediante esa colaboración. Esta cooperación entre las empresas firmantes no tienen un efecto vinculante, por lo que confería cierta inestabilidad. Para dar mayor fuerza a esos acuerdos no vinculantes se crea el *trust*. La primera combinación que adoptó esta forma fue la *Standard Oil Trust*, fundada en 1882.

Ahora son grupos multimedia que se sitúan por encima de los monopolios estatales y apoyados por las nuevas tecnologías donde participan en el nuevo sistema informativo internacional. Los modelos de comunicación comparados, planteados por Hallin y Mancini en América Latina y principalmente en México no encajan directamente, pero resulta útil hacer un análisis entre las diferencias y similitudes que existen entre ellos. Podemos decir que América Latina es un híbrido con el modelo polarizado que existe en Europa del sur principalmente en la Europa latina, así como con el modelo liberal de los EUA; al igual que el sur de Europa, la prensa en México ha estado orientada a una élite urbana reducida,<sup>142</sup> y su masificación fue a la par que la radio y televisión, por lo que su impacto social no tuvo una gran influencia en los anteriores siglos.

Otra similitud con la prensa del sur de Europa y la mexicana, es su intervención política, la relación con los partidos políticos y una sociedad civil débil que sucumbía a intereses particulares, esto aunado un profesionalismo incipiente donde los periodistas tenían que trabajar en la venta de publicidad con el consabido problema del conflicto de intereses. Por otra parte, la intervención pública es muy alta, por lo que la subsistencia de los diarios depende de la publicidad del Gobierno en mayor medida, sin embargo; hay una regulación en las últimas décadas que ha venido a modificar su relación económica, un ejemplo de ello en el caso de Europa, es del empresario y político italiano Berlusconi y en México el de la familia Azcárraga. La influencia del modelo liberal en el periodismo en México, se convirtió más allá de ser un cuarto poder, en un mediador entre los intereses políticos y económicos que poseen las empresas a lo largo y ancho del país.

En un análisis general y con fines a nuestros objetivos del estudio, el diario *La Jornada* considerado de izquierda, es integrante de una nueva generación de diarios independientes, que refleja un mayor predominio con el modelo europeo liberal, mientras que el *Reforma* de centro derecha también identificada con la prensa independiente está más influido por la prensa de liberal de los EUA. La sustitución del modelo económico de industrialización, por el modelo de importaciones trajo consigo un nuevo esquema de producción e intermediación de intereses, donde los medios

---

<sup>142</sup> La tradición cultural contra reformistas redujo el desarrollo de una alfabetización masiva, con mayor énfasis por el colonialismo que segregó amplios grupos indígenas de la cultura en español.

impresos también se han visto inmersos, dando pie a que en el mismo periodo de crecimiento periodístico, se presentara un fortalecimiento de conglomerados mediáticos cada vez más poderosos y autosuficientes.

### **3.7.- Tres conceptos básicos de los medios de comunicación dentro de la economía política.**

A continuación para llenar los espacios que el marco teórico haya dejado de soslayo, es necesario dar una descripción específica de tres elementos imprescindibles en los estudios de Economía Política en los Medios de comunicación, por lo que es necesario dar una breve descripción de cada uno de ellos, aceptando de antemano, la arbitrariedad de limitar a estos tres elementos de otros que también podrían ser considerados piezas fundamentales en el sistema mediático.

#### **3.7.1.-Prensa**

Una de las características de las sociedades modernas es la fuerte influencia de los medios masivos de comunicación en la creación de representaciones e identidades y en la modificación de las relaciones de poder. En este apartado nos detenemos, específicamente, en el papel que la prensa escrita ha tenido como parte importante del desarrollo de la Economía Política en los Medios de Comunicación y sus características esenciales como parte del sistema-político-sistema-mediático. La comunicación ha existido como forma específica de interacción social desde que el hombre se ha organizado en *comunidad* y ha generado una *conciencia* de su ser colectivo. Sin embargo, el desarrollo de este binomio, tiene un origen antiguo en tres grandes principios fundamentales, con los cuales se da iniciación a un nuevo sistema social: el lenguaje, la escritura y la imprenta.

No vamos a profundizar en los dos primeros principios puesto que es materia de otro tema, así que no abocaremos al tercero. El inicio de la prensa escrita antes de la aparición de los tipos de imprenta móviles a mediados del siglo XV, las noticias se difundían por vía oral, por carta o por anuncio público. Durante la Edad Media el periodismo comenzó con personas denominadas "juglares", que iban de posada en posada dando información verbal de todo lo que ocurría. Después nacieron las "efemérides," información escrita durante un año, así como las "hojas volantes" que

eran meramente noticiosas. La imprenta cambió todo.<sup>143</sup> En los siglos posteriores el crecimiento de los periódicos se vio favorecido por otros avances tecnológicos como la linotipia en 1886, durante las primeras tres décadas del siglo XX,<sup>144</sup> se perfeccionaron las rotativas y las tiradas de los periódicos aumentaron en las grandes ciudades como el *New York Time* en los Estados Unidos, *Le Figaro* en Francia o *Il Corriere della Sera* en Italia.<sup>145</sup>

Se conocerá entonces una tirada no experimentada, nunca antes vista, con un amplio espacio dedicado a la publicidad. Será precisamente este último factor, el que determine el bajo costo de las publicaciones. Desde este preciso instante, la prensa se convertirá en un arma de doble filo, capaz de manipular a toda una sociedad.<sup>146</sup>

---

<sup>143</sup> En el siglo XVII y XVIII, se fundaron los periódicos llamados Gacetas. Por ejemplo, *Gazette de France* (1613) y *la Gazeta de Madrid* en 1661. Gracias al invento de la imprenta y de los tipos móviles el periódico comenzó a imprimirse en forma más rápida. En menos de veinte años ya se publicaban periódicos en Colonia, Frankfurt, Berlín y Hamburgo (Alemania); Basilea (Suiza); Viena (Austria); Amsterdam y Amberes (Bélgica). Los periódicos de Amsterdam, impresos en inglés y francés, llegaron rápidamente a Londres, donde el primer periódico vio la luz en 1621, y a París, donde el primer periódico apareció en 1631. El primer periódico estadounidense de tirada continua fue *Boston News-Letter*, fundado en 1704 por John Campbell. Este periódico, censurado por el gobernador de la Colonia de la Bahía de Massachusetts, contenía noticias financieras y del extranjero y recogía nacimientos, defunciones y sucesos de carácter social. En 1721 James Franklin fundó *New England Courant* en Boston; en su redacción figuraba su hermano pequeño Benjamin Franklin, que en 1723 marchó a Filadelfia, donde más tarde publicaría *Pennsylvania Gazette* y *General Magazine*.

<sup>144</sup> Un hito para la prensa económica fue la Gran Depresión del 29 que generó todo un cambio que obligó a que además de ser informativa, debe ser interpretativa y analítica de los acontecimientos y a utilizar los servicios de documentación.

<sup>145</sup> Se denomina fase "alto burguesa" al período que va desde mediados del siglo XIX hasta fines del siglo XX. Esta etapa fue el resultado de diversos acontecimientos y circunstancias que culminaron con el asentamiento de una clase capitalista conformada por profesionales. Los principales rasgos de esta prensa "elitista" fueron:

- Independencia formal del estado y de otros grupos de interés.
- Aceptación de la prensa dentro de la estructura social.
- Institución prominente de la vida política y social.
- Fuerte conciencia de responsabilidad social y moral.
- Nacimiento de la profesión de periodista.

La prensa de masas o prensa "comercial" se caracteriza principalmente porque:

- Es aprovechada como un negocio comercial rentable.

<sup>146</sup> Durante el convulso periodo de entreguerras de la I y Segunda Guerra Mundial, se dio un enfrentamiento de dos modelos de información: de un lado se establecería uno propio de los regímenes totalitarios, los cuales convirtieron a los medios en su principal arma, mientras que por otro, los países de tradición liberal, como es el caso de Inglaterra y EUA, mantuvieron vigente la libertad de expresión en sus rotativos. Durante la II Guerra Mundial, la prensa fue utilizada como política de estado por el ejército alemán, de manera que mostrase la "realidad" de lo acontecía en el régimen, el mejor ejemplo se

La figura del vecino colonial emparentada con la representación corporativa frente a la autoridad real, dio paso al ciudadano republicano, portador de derechos y obligaciones en el ámbito político y económico. En ese sentido, la existencia de un espacio de discusión pública materializado en la prensa jugaba un rol crítico, como mecanismo de control del desempeño de quienes se encontraban a la cabeza de la administración del Estado, convirtiéndose en un intermediario entre la ciudadanía y sus gobernantes. La soberanía reclamada en la independencia primero y durante las guerras civiles después, sería expresada en las páginas de libros y especialmente en periódicos y revistas. En este contexto aparecería la fórmula amarillista, fórmula que terminó por sucumbir ante la aparición de diarios de información general según el modelo americano.

El arribo del liberalismo a Latinoamérica, primero de la mano de la Independencia y luego de la Revolución a inicios del siglo XIX, supuso la introducción de un nuevo paradigma político que descansaba en la progresiva toma de protagonismo por parte de los individuos en la vida pública de los nacientes Estados Nacionales. Pese a la ruptura producida en la guerra por la emancipación, se produjo una lenta transición desde las formas de Gobierno y la participación del anciano régimen, fueron cediendo terreno a las modernas, asociadas al Estado Nación. La prensa ha sido un adversario real o potencial del poder establecido, aunque desde el punto de vista del Estado y de los intereses creados más que desde la realidad. Por otra parte, el desarrollo de la prensa comercial ha permitido a las clases populares el acceso a la información. No obstante, en la evaluación de este hecho debería considerarse otros factores ya mencionados anteriormente como las mejoras tecnológicas, la alfabetización y la reducción de precios. Cabe destacar que la penetración de la prensa en los sectores alejados de las clases dominantes se produce en la mayor parte de los casos después de la 1ra. Guerra Mundial.

La publicidad aparece como medio de financiación: el aviso publicitario tiene un costo que aumentará en proporción directa con la cantidad de lectores. Esto permite una reducción del precio de cada ejemplar lo que permite incrementar a su vez la demanda del periódico. El costo de la edición ya no es transferido a los lectores sino a los

---

encuentra en el modelo de propaganda de Gobbels (1897-1945), que tan buenos resultados cosechó para el nazismo antes de su derrota militar.

anunciantes. Podemos afirmar que surge una nueva clase de periódico como consecuencia de la comercialización: más ligero, más entretenido y también, más sensacionalista. Surge la atención hacia los casos policiales, los escándalos públicos, la vida privada de las estrellas y otros asuntos similares, que son comunes para nosotros porque continúan hoy en día. Lo destacable de esta etapa es que una enorme masa de lectores accede a la información y se interesa en ella, incluyéndose en ella sectores de bajos recursos y de menores posibilidades educativas. En la actualidad, los grandes periódicos tienen redacciones especializadas, además de un equipo de noticias, con reporteros y editores; así como también disponen de equipos numerosos de personal en los departamentos de publicidad, circulación y producción. A fin de hacer frente a la competencia de los reportajes en directo de la radio y la televisión, los periódicos adoptaron un enfoque más analítico; presentando una información más exhaustiva en torno a las noticias, sobre todo desde la expansión de los noticiarios en televisión de los años sesenta.

De ese modo, la prensa periódica se transformaría en una herramienta de observación al proceder de las autoridades públicas, indispensable para ejercer la soberanía. La institucionalidad dentro de la prensa, sería comprendida como un atributo básico de la República, dentro de un Estado de Derecho. Por consiguiente se entiende que, si un Estado en ejercicio de su plena soberanía configura su distribución político-administrativa a la luz de la división de poderes, luego, esa República, se hará de todos los organismos (entendidos estos en abstracto), que dirijan ese régimen y su ejecución al servicio de las personas y en pos del bien común, para ello era necesario que los ciudadanos pudieran emitir sin censura su parecer respecto de las personas que se desempeñaban en la burocracia, como de las instituciones del Estado.

La libertad de prensa se recogería por primera vez en el llamado *Bill of Rights* del Estado de Virginia de 1776, en el que se decía: “La libertad de prensa es uno de los baluartes más poderosos de la libertad, y solo los gobiernos despóticos pueden ponerle trabas”. La declaración de los derechos del hombre y del ciudadano de 1789 se posicionaba en esta misma línea y afirmaba que: “la libre comunicación del pensamiento y de las opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre. Todo

ciudadano puede hablar, escribir e imprimir libremente, sin perjuicio de que responda de esta libertad en los casos determinados por la ley.”<sup>147</sup>

La potestad de expresar ideas por escrito y compartirlas con el resto de la sociedad, es un derecho inalienable de cada ciudadano. De allí, el concepto central de la legislación creada para conducir el debate de la opinión pública, era controlar y sancionar los "abusos" a la libertad de prensa. En ese tenor, los creadores y editores de libros y periódicos, debían seguir las normas destinadas a garantizar el respeto a las instituciones de la República y las personas. Los alcances específicos de esa obligación, variaron según la letra de las leyes vigentes en cada época determinada, las cuales seguían el interés de la élite gobernante,<sup>148</sup> para establecer determinados parámetros de tolerancia a la acción de la prensa, enmarcado por su proyecto de Gobierno y el balance de las fuerzas en pugna para hacerse de la hegemonía del poder político y el control de la administración del Estado.

---

<sup>147</sup> María López de Ramón (2016). “La construcción histórica de la libertad de prensa.”

<sup>148</sup> Entre las numerosas propuestas que hay sobre la definición de las élites no hay discrepancias de fondo respecto a aquella definición de Pareto (1848-1923), según la cual hay dos estratos de población, el estrato inferior o la clase no selecta y el estrato superior, la clase selecta o élite que se divide, a su vez, en dos, la clase selecta de gobierno y la clase selecta no de gobierno. Desde entonces, los analistas de las élites (Gramsci (1891-1937), Mosca (1858-1941), Michels (1876-1936), han ofrecido variaciones sobre esa misma noción básica, a partir de la idea del papel esencial de las élites en la sociedad. Tom Bottomore (1995), da una definición escueta y simple. Señala que la palabra élite designa los grupos funcionales que, por la razón que sea, ocupan en la sociedad un rango social elevado. Thomas Dye identifica a los miembros de las élites como aquellos que poseen “the formal authority to direct, manage, and guide programs, policies, and activities of the major corporate, governmental, legal, educational, civic and cultural institutions in the nation” Si en la definición de la noción de élite o élites no hay diferencias importantes, éstas surgen, sin embargo, no solo a la hora de valorar el papel de esas minorías, sino también a la hora de caracterizar su composición y estructura. Las diferencias no solo radican entre los que piensan que hay una élite del poder, poderosa y cohesionada, como Wright Mills (1956), menciona, y aquellos otros, como los teóricos de la democracia competitiva, para quienes hay varias élites que compiten entre sí y además, en esa competencia se sustenta, entre otros factores, la democracia. Las diferencias surgen también cuando se definen los grupos esenciales que componen la élite o las élites del poder. Wright Mills incluye dentro de las posiciones más elevadas de la élite del poder a la élite política, económica y militar. Otras élites como las intelectuales estarían, para este autor, en posiciones subordinadas a ese núcleo esencial de la élite del poder. La posición más aceptada, sin embargo, es la que incluye entre las élites esenciales a las élites políticas, las económicas y las intelectuales o culturales. La clasificación que realizó Thomas Dye sobre la estructura de la élite norteamericana se aproxima mucho más al modelo utilizado por la mayoría reclaman o tienen asignadas funciones e influencia sobre el conjunto de la sociedad en contraste con las élites fragmentarias, que tienen su principal función en subsectores de la sociedad. Bolívar, Meza. Rosendo (2002). La teoría de las élites en Pareto, Mosca y Michels. <file:///C:/Users/manoli/Downloads/Dialnet.LaTeoriaDeLasElitesEnParetoMoscaYMichels-6114156.pdf> .Inf loc: 29/08/2017.

Acoger este nuevo derecho entre los principios y legislación adoptados por la élite que inició la instauración del Estado Nacional, se presentó como un quiebre importante entre la antigua tradición colonial y la nueva institucionalidad republicana. Más relevante aún, supuso un nuevo paradigma en la relación entre los ciudadanos y el Estado, por cuanto, en principio, los primeros eran libres para juzgar y expresar sus reparos a la actuación de las autoridades públicas. La élite gobernante creó diversos cuerpos legales con el objeto de canalizar la discusión escrita, en pos de preservar el funcionamiento de la administración del Estado, la legalidad imperante, las instituciones, el orden público, las creencias religiosas mayoritarias, la moralidad y la vida privada de los ciudadanos.

- **Ideología básica horizontal de la prensa.**

El periódico es individual e independiente del tiempo y del espacio dentro de sus límites, pero difiere de todos los demás puntos, en cuanto al uso del libro.<sup>149</sup> El contenido no es unitario sino múltiple (el modelo de supermercado), e históricamente muy concreto y perecedero y el suministro está muy dirigido y organizado por otros (la organización de la prensa). Su situación con respecto a las dimensiones de la libertad y control es similar a la del libro, pero el periódico es mucho más relevante para el poder estatal, dada la preponderancia de los contenidos políticos. La norma dominante es que el periódico debe ser libre y la imagen que tiene de sí mismo es de potencial oposición a la autoridad, al margen de cual sea la realidad cotidiana. Su definición en término de valores culturales y morales es ambigua prácticamente en el mismo grado que la del

---

<sup>149</sup> En realidad, contrariamente a lo que naturalmente se supone, el libro no es considerado un antecesor directo del periódico, el principal precursor parece haber sido la carta: específicamente, las cartas informativas cuya misión era anunciar acontecimientos importantes para el tráfico y el comercio internacional, circulaban por un aún rudimentario servicio de correos. Los primeros periódicos, tenían en común las siguientes características:

- Frecuencia regular de publicación
- Objetivos comerciales: se sostenían a través de la venta
- Finalidad del contenido: Información. Documentación. Publicidad. Entretenimiento.
- Carácter público
- Desconexión con fuentes identificables (excepto periódicos oficiales)

De alguna manera, podríamos afirmar que el periódico ha sido más innovador que el libro impreso ya que produjo el nacimiento de una nueva forma literaria, social y cultural (el discurso periodístico) aún cuando en el momento en que este proceso se iniciaba no fuera percibido como algo tan diferenciado.



libro, lo que refleja los dos grandes modelos de periódicos: los de élite o de partido, por una parte, y la prensa popular por otra.

El primero se orienta hacia lo real, lo moral y serio, aunque no tiene la imagen de arte. Incluso los periódicos populares rinden pleitesía aparente a su orientación hacia la realidad, sin lo cual no podrían pretender crear su opinión ni ser auténticos diarios. La definición de periódico en la dimensión de las relaciones sociales diverge curiosamente de la del libro. La lectura del periódico es una actividad individual, pero pública, que tiene lugar en cafés y lugares públicos tanto o más que en las casas, de modo que constituye una especie de puente entre lo privado y lo público. Por lo demás, es muy variable, según las distintas formas. Puede ser un pilar de la firme adhesión a la localidad, la región o la nación. Pero la imagen predominante es la de un vínculo laxo, en concordancia con el carácter de servicio funcional y "secular" del periódico moderno.

Al igual que el libro, el periódico da prioridad al mensaje, por distinto que sea el contenido y la actual tecnología avanzada que se utiliza en la producción de los periódicos en realidad no ha alterado su imagen de "baja tecnología", creada hace uno o dos siglos. El status profesional del periodista es bastante incierto, pero tiende a centrarse en la idea del reportero en busca de noticias. Lo borroso de la definición profesional según McQuail (1983), tiene cierto fundamento en la realidad y también en la complejidad del mundo de la prensa. Consideramos la práctica social del periodismo como un sistema signifiante sumamente complejo, que se acrecienta aún más, cuando los periodistas dejan de ser solo actores sociales para convertirse en actores estratégicos del juego político.

### **3.7.2.- Poder.**

MacLuhan (1973), hablaba hace años que el mundo se transformaría en una aldea global,<sup>150</sup> hoy esa ficción discursiva es una realidad, pero su conectividad se debe a que los medios de comunicación, se han vuelto más poderosos, como la evolución

---

<sup>150</sup> El término aldea global busca describir las consecuencias socioculturales de la comunicación, inmediata y mundial de todo tipo de información, lo que posibilitan y estimulan los medios electrónicos de comunicación. Sugiere que, en especial, ver y oír permanentemente personas y hechos -como si se estuviera en el momento y lugar donde ocurren- revive las condiciones de vida de una pequeña aldea: percibimos como cotidianos hechos y personas que tal vez sean muy distantes en el espacio o incluso el tiempo, y olvidamos que esa información es parcial y fue elegida entre una infinidad de contenidos.

propia de los sistemas de comunicación personales (móviles, tablets, apps, software), más compactos pero con mayor capacidad de alcance, que tienen una mayor penetración e influencia, es decir, el poder concentrado que tienen en la sociedad, gobiernos y economía, determina hoy en día la forma cotidiana y normal de un sistema político sea este democrático o no.

Haciendo referencia a una frase del tío Ben de *Spiderman* (2002), “un gran poder trae consigo una gran responsabilidad”, es decir, se necesita de un auto control para que el poder de los medios de comunicación no los termine dominando *per se*. El poder como concepto político se origina con el príncipe de Maquiavelo, por lo que su definición está enmarcada en una etapa donde en la sociedad, el absolutismo y la tiranía de los soberanos, no tenían contrapesos y su ejercicio era considerado como algo natural y antropológico para la época. El traspaso del poder omnímodo en poder molecular, transcurrió por varios autores teóricos Hobbes (1651), Weber (1921), Hannah Arendt (1951), que sumaron algunas características de las que ya había hecho Maquiavelo, desde su visión como asesor de poderosos hasta Foucault (1980). Es decir, el paso histórico de la sociedad pre moderna a la sociedad de la información, sirve como referencia para poder contrastar los aportes de varios autores, la definición de poder tiene varias diferencias, por lo que sirve precisar este origen con Maquiavelo para ver su evolución en los ámbitos, sociales políticos y económicos.

Podemos decir que Maquiavelo es el primer filósofo que refiere a la política como una forma distinta de *ser y estar* en la humanidad, la separa de concepciones morales, propias de estados religiosos que existieron en esas épocas y que dejaron un precedente sobre el uso del poder de forma eclesiástica, hacia una pre instrumentalización del ejercicio del poder. La percepción histórica, sin embargo; lo considera como un personaje que vivió adulando al poderoso, su asesoramiento logra pasar a la historia como un consejero sin escrúpulos, con características cínicas y hasta maléficas. No obstante, los teóricos que los siguieron en el tiempo, lo consideran de forma distinta, Hobbes lo considera un simulador profesional, es decir, un artista de la política, como sinónimo del disfraz, la apariencia, decir, hacer creer; mentir; hasta ser considerado como un dramaturgo de la sátira y decadente burguesía que existía en ese entonces, o un provocador socialista gramsciano ante las masas oprimidas. Existen consideraciones a favor y en contra de su postura de su tiempo y espacio, por una frase

atribuida a él: “el fin justifica los medios”. De ahí que muchos políticos actuales, empresarios o cualquiera que tenga algún puesto directivo en algún ámbito público, lo utilicen para justificar sus acciones maquiavélicas. Aun así, el filósofo florentino funda una concepción del poder alejado de subjetividades morales y lo aparta de falsos postulados éticos dogmáticos y los vuelve humano.

Michel Foucault, Hobbes y Maquiavelo tiene en común que usan más praxis que teoría, sus aportaciones empíricas fueron sin duda en cada uno de ellos, la mejor forma de describir como el poder está por encima de todo, el Ser más que el Deber ser, pero cabe señalar que también nos da un elemento que es determinante para el poder, siendo la fuerza el motor que lo sostiene. es decir, una imposición particular sobre la generalidad, sus fundamentos sobre el poder consideraban al hombre como un elemento falto de ética y principios por la necesidad de tenerlo. En ese sentido se establece que la sociedad debe estar ordenada a través de la fuerza o coacción, si se desea preservar el poder. Para entender la postura filosófica de Maquiavelo hay que recordar que la evolución del Estado italiano pasó por una división geopolítica y cultural, hacia un Estado Nación, fue sin duda el marco de realidad que vivió Maquiavelo, su relación con el caso mexicano, es sin duda de gran coincidencia, al existir figuras fuertes (caudillos), que pudieron dar orden al desorden tras la revolución armada. En política lo importante no es la intención de los actos, sino el resultado efectivo en relación al poder.

Pudiera ser considerado que la mentira, la corrupción y el engaño son malos moralmente, pero sirven políticamente al Estado como diría Hobbes, después lo reencarnaría este precepto dentro de un orden social. El poder que actualmente tienen los medios, se basa en una evolución rápida de la sociedad, aunque relativamente nueva comparada a otros avances sociales, es como una mezcla de liberalismo cristiano, en la satisfacción del individuo, como un sujeto creado de la mente de Isaac Asimov en “*yo robot*” (1950), como constructor de su entorno, con la necesidad de ser y estar informado de lo que sucede a su alrededor y a miles de kilómetros de él, así también busca la adjudicación de sus derechos como ser humano, tiempo libre y ocio. Todos ellos en una relación tripartita, donde el poder público, los utiliza para el disfrute y emancipación de la sociedad.

El poder de los medios de comunicación se enfrenta a su vez a su propia génesis, el tiempo dedicado a su consumo, lucha contra el advenimiento de un desempleo laboral de escala mundial, hay una inconsistencia laboral temporal, aunando a un menor valor del mismo, en una reducción cada vez entre más individuos, solo quedara hacer una repartición segmentada. Es decir, como se trabaja en Europa occidental actualmente, no hay trabajos estables, sino contratos temporales, además de trabajar determinados días de la semana y media jornada. Un caldo de cultivo para todos aquellos grupos sociales marginados, que los medios terminaran buscando como consumidores potenciales. Hablar del poder de los medios de comunicación es ubicarlos en el 4º lugar, o el cuarto poder como se ha venido llamando comúnmente a partir de los otros tres en las democracias occidentales (ejecutivo, legislativo y judicial); este poder principalmente se le atribuye a la prensa escrita, ya que esta refleja la opinión pública, así como crearla al mismo tiempo, en un denominado *mainstream*. En la actualidad los ideales de independencia, objetividad, pluralismo y libertad, están enmarcados por el poder económico; hay que decirlo con todas sus letras, la actual sociedad de consumo en la que se vive, matiza a través de los medios, una realidad prefabricada, en un continuo bombardeo incongruente de que estos ideales no han muerto. Las nuevas tecnologías como el internet, se impone de manera global e irreverente, sin clases distintivas para todo aquel que quiera decir u opinar algo, otorgando al ciudadano el poder de interactuar, a diferencia de los *massmedia* tradicionales, sin embargo; para Noam Chomsky en una entrevista para la BBC en 2013, comentaba lo siguiente:

El internet puede informarte instantáneamente pero si el individuo posee poca información podría contrariamente desinformarnos o mal informarnos, (...) internet, entrega acceso instantáneo a todo tipo de ideas, opiniones perspectivas, información. ¿Eso ha ampliado nuestras perspectivas o las he hecho más estrechas? Yo creo que ambas, para algunos las ha ampliado. Si sabes lo que estás buscando y tienes un sentido razonable de cómo proceder, internet puede ampliar tus perspectivas, pero si te aproximas a internet de manera desinformada, el efecto puede ser el opuesto. Univisión.com. 07/11/2013.

Mientras el actual sistema económico mundial prevalezca, los medios de comunicación seguirán siendo parte del mercado neoliberal, sus mensajes seguirán permeados de sus principios, valores y necesidades creadas. Este poder no se concibe hoy en día, sino se comprende la capacidad sistémica que tienen los conglomerados mediáticos, para diversificar su influencia no solo en la parte informativa sino en otros

rubros como, bienes e inmuebles, farmacéuticos, aeronáuticos y financieros. Así la influencia y su adquisición estará supervalorada con anticipación de sus productos, acrecentando su poder y manipulación informativa.

Desde Goebbels la persuasión de los medios determina su real poder, su forma sistemática de educación continua, capaz de cambiar los sistemas de valores, la apreciación sobre tal o cual objeto, la institucionalización de los mismos medios les otorga amplios poderes para perpetuar su sistema de valores que promueven, una realidad como se concebía en el film *Matrix* (1999), donde la verdad no era una opción de vida ante el confort creado por los medios. El poder de los medios de comunicación ha llegado a niveles de dominación inimaginables, enmarcados en los actuales sistemas políticos democráticos; no obstante, como elemento de contrapeso ante los demás poderes y bien común hacia la sociedad, sucumbió bajo el argumento del síndrome de *Frankenstein* (1818)<sup>151</sup>. Es decir, la creación hecha para beneficio social del Estado de Derecho, ha podido evolucionar al mismo origen que la ha creado -la democracia misma-, aun cuando la ha utilizado para su sobrevivencia. Finalmente podríamos hacer una serie de reflexiones sobre aquellos “Golpes de Estado” donde los medios, se encargaron de facilitar el cambio o derrumbe político, a beneficio de los intereses económicos internacionales: Chile, Venezuela, Brasil, Argentina, por citar algunas en América Latina. Que como refiere Hobbes (2008), la fuerza y el fraude y la coacción fueron sin duda elementos que proporcionaron de forma maquiavélica la necesidad de hacerse de ellos.

### **3.7.3.- Sociedad.**

Desde “la riqueza de las naciones”, la ciencia económica abarca un amplio espectro de la vida humana, su desarrollo y modo de producción se puede seguir desde tiempos antiguos hasta sus características actuales. Desde que el ser humano transformó su entorno, sus necesidades de distribución cambió, consumo y bienes materiales se modificaron, pasaron de una explotación de recursos de depredación, así como por el

---

<sup>151</sup> En 1968, en pleno apogeo del movimiento contracultural, Theodore Roszak expresaba sus ideas sobre el papel de la ciencia y la tecnología en el mundo contemporáneo: "Cualesquiera que sean las aclaraciones y los adelantos benéficos que la explosión universal de la investigación produce en nuestro tiempo, el principal interés de quienes financian pródigamente esa investigación seguirá polarizado hacia el armamento, las técnicas de control social, productos comerciales, la manipulación del mercado y la subversión del proceso democrático a través del monopolio de la información y el consenso prefabricado". <https://es.wikipedia.org>

acaparamiento y su posterior distribución comercial a medida que se iba haciendo real la división social del trabajo como lo establecía Durkheim (2002); a una economía tecnificada de la explotación de sus recursos primarios, secundarios y terciarios, hasta finalmente la utilización del conocimiento como un bien de consumo en las sociedades actuales. Nos llevaría una tesis por sí sola, dar un seguimiento fidedigno de la economía social, su origen y desarrollo, sin embargo; podemos hacer un corte histórico arbitrario y partir de la Edad Media, como el inicio de la actual sociedad de la información y su relación con lo que se conocería posteriormente para su análisis teórico como Economía Política de la Comunicación.

En los siglos XVI-XVIII, surgió y se desarrolló una nueva corriente de pensamiento económico, conocido con el nombre de mercantilismo. Fue un periodo donde el naciente modo de producción capitalista luchaba de forma ascendente y su nueva clase social se imponía contra el viejo sistema feudal, esta clase social se conocía como la burguesía; la cual desempeñaba un papel importante en la vida económica, sus simpatizantes filosóficos, le adjudicaron un significado abstracto, limitado y superficial del nuevo modelo de producción, otorgando al comercio y el dinero como origen único de la riqueza. La aparición de una nueva clase social como la burguesía y la explotación de la agricultura como el modo de producción primario, generaría cada vez más una amplia industria, dominada por el “capital”,<sup>152</sup> ello traería consigo cambios sustanciales en la vida del viejo continente y el posterior advenimiento del mercantilismo, a diferencia del anterior modo de producción feudal, donde el capital se basaba en la acumulación de la tierra y su desarrollo económico se cimentaba principalmente en el auto consumo de su producción de tipo artesanal-tradicional. La confrontación interna que se sucedería posteriormente entre la naciente burguesía y su contraparte social denominada como el proletariado, daría pie a la economía política burguesa o clásica.<sup>153</sup>

---

<sup>152</sup> El capitalismo basaba su existencia en las divisiones de las clases sociales que eran beneficiosas para algunos sectores (burguesía), y negativos para otros (proletariado).

<sup>153</sup> Las causas más importantes entre el mercantilismo y la Revolución Industrial, se pueden contar entre otras más: el paulatino crecimiento de la población, y su consecuente disminución de la mortandad, una revolución agrícola en los territorios de las nuevas Naciones, que trajo como consecuencias un subsidio y mayor tecnificación en la agricultura y disminución de la clase agrícola y sus posterior éxodo las nuevas ciudades industriales, así como nuevas inversiones de los comerciantes adinerados en otras ramas económicas como los medios de comunicación: transporte y prensa.

A finales del siglo XVIII y mediados del siglo XIX, después del amplio crecimiento económico que se dio en los estados mercantilistas más desarrollados, vendría una transformación significativa del capitalismo, el alto rendimiento del trabajo, había generado una riqueza en las clases mercantiles y burguesas, dando inicio a la Revolución Industrial en Inglaterra y posteriormente en el resto de Europa. Posteriormente aparecerían los bancos y firmas comerciales de ultramar en las nuevas metrópolis, los medios de transporte y comunicación se modernizaron (tren, barcos, carreteras y medios impresos).

La burguesía alcanzó el mismo nivel de prestigio en riquezas que la nobleza, aparece la burguesía industrial dueños de los grandes conglomerados internacionales a lo ancho del mundo, pero al mismo tiempo se desarrolla con fuerza la lucha del proletariado fabril tanto en Norteamérica como en Europa (hay antecedentes de los antiguos trabajadores agrícolas y textiles que ven con miedo el crecimiento industrial en su modo de producción y su desplazamiento por trabajadores menos cualificados, que cobraban menos que ellos y su posterior desempleo, por lo que se dan movimientos en contra de estas nuevas tecnologías, destruyendo literalmente las máquinas, a ese movimiento se le conoció como “ludismo”). Esta nueva clase trabajadora, se manifestará de forma violenta contra las condiciones infrahumanas de trabajo que el dueño/patrón imponía en sus fábricas a sus trabajadores; por lo que se revelan de forma enérgica contra ellas en todas aquellas ciudades donde ya existían sociedades industrializadas. Sus posteriores consecuencias mundiales se dieron por la reivindicación de mejores condiciones de trabajo (ocho horas laborales y un mayor tiempo libre de ocio y descanso), tales sucesos se recuerdan con la celebración de los mártires de Chicago de 1886, cada primero de mayo.

Estos actos pondrían de relieve el antagonismo entre las dos posturas filosóficas que defendías entre ambas clases sociales en disputa, el surgimiento de un pensamiento proletariado contra la opresión del empresario burgués, lo que vendría a modificar la conformación política y económica de los Estados Nación poco después. La Economía Política, postulaba dos grandes corrientes antagónicas: la economía burguesa y la del proletariado. Ambos enfoques pugnaban por el desarrollo de cada uno de sus clases sociales, una sobre la otra. Carlos Marx y Federico Engels serían los precursores

filosóficos del socialismo proletariado, dando pie posteriormente el inicio de una nueva conformación económica en el orden mundial.

Estudiando el modo capitalista de producción y aprovechando con espíritu crítico los elementos científicos de la economía política burguesa clásica, Marx y Engels crearon, por primera vez, la economía política proletaria, auténticamente científica, que se convirtió en importantísima parte integrante del marxismo y su posterior continuismo político leninista respectivamente. El marxismo llevó a cabo un cambio radical, revolucionario, en la Economía Política. Allí donde los economistas burgueses veían relaciones entre las cosas, Marx descubrió relaciones entre los hombres, entre las clases sociales, relaciones económicas de producción.<sup>154</sup> La economía burguesa no se identificó pura y simplemente con el pasado fabricándose mitos, sino que realizó críticas a las sociedades precedentes y así misma, comprendiendo que las economías pasadas fueron otras tantas etapas hacia ella misma. Son precisamente, las relaciones de producción entre hombres, en cuanto las relaciones fundamentales y decisivas de todas las relaciones sociales, las que constituyen el contenido de los fenómenos sociales y objeto de estudio de la Economía Política.

---

<sup>154</sup> Esta nueva parte de la Economía Política revela las leyes económicas de la transición del capitalismo al socialismo, los caminos y métodos para establecer el modo comunista de producción; e investiga las leyes económicas objetivas del socialismo, da una explicación fundada de las condiciones objetivas a las que responde el paso gradual al comunismo y pone al descubierto las leyes de formación y desarrollo del sistema mundial del socialismo.



## CAPÍTULO IV

### MARCO METODOLÓGICO

#### CORPUS, MODELOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

#### 4.-Metodología de la investigación

El diseño de esta investigación se basa principalmente en el método utilizado en el sistema de medios comparados de Hallin y Mancini (2008), es decir; la estructura metodológica a utilizar, son las premisas planteadas en sus estudios, en una sincronía de elementos de análisis y construcción de los datos, así como de los supuestos relativos a preposiciones y conceptos teóricos. Además la investigación utiliza el enfoque de la Economía Política de la Comunicación, para relacionar el problema planteado entre ambas perspectivas sobre los medios de comunicación de prensa escrita y el SPM. El proyecto plantea utilizar los modelos de interpretación sobre los medios de comunicación en prensa escrita, a través de categorías que puedan describir las interacciones que se presentan entre los diarios *La Jornada* y *Reforma* y las unidades de análisis: leyes, profesionalización, paralelismo político y desarrollo económico.

#### 4.1- Estrategia del estudio

Para la construcción del corpus de la investigación se cuenta con las categorías planteadas al principio de la investigación, la información recabada fue de gran ayuda para dar respuesta al objetivo principal así como los objetivos secundarios. Además de explicar las categorías con una discreción matizada, es decir; apegadas al contexto sociopolítico y económico de México, sirvieron en lo posible como el medio por el cual se definió los tipos o modelos de análisis. Estos modelos ideales de tipo weberiano,<sup>155</sup> fueron utilizados para poder describir de forma aproximada las diferencias considerables entre ambos periódicos, *La Jornada* y *Reforma*.

---

<sup>155</sup> Max weber (2002, p.172), diferenciaba tres tipos ideales de sociedad basados en características morales: tradicional, carismática y legal-racional. Weber pensaba que las arreglos a fines estaba definido por el tipo de reglas sociales que existían en un grupo social, así diferenciaba a los sociedades tribales, familiar o antiguas con una forma de organización patriarcal y conservadora, a los partidos políticos o sociedades en transición en personalista y revolucionaria; y a los estados modernos, empresas o ejércitos basados en una racionalidad de medios y objetivos.

- El estudio general está dividido de acuerdo a la estructura metodológica planteada en **a).**- cuatro categorías principales: estructura económica, profesionalización, paralelismo político y marco legal, **b).**- casos de estudio y presentación de la información sobre los medios de comunicación en México, periódicos: *Reforma* y *La Jornada*). Y **c).**- análisis de lo planteado en las hipótesis y los objetivos.

#### **4.2.- Modelos de análisis**

El estudio sobre sistemas mediáticos comparados (2008), actualmente tiene sus detractores, pero su metodología de unificar a los medios de comunicación en modelos determinados tiene su relevancia académica; anteriormente los estudios científicos habían sido muy limitados y sesgados por las escuelas anglosajonas, alejando el análisis de los medios de comunicación del sistema social en su conjunto. En la actualidad es imprescindible llevar a cabo estudios entre ambos enfoques, para mejorar el entendimiento sistémico entre los estudios sobre medios de comunicación y los estudios sobre los sistemas sociales. Existe una vieja premisa al respecto “no se puede comprender el sistema mediático sin conocer la naturaleza del Estado, sin estudiar la estructura del sistema político de partidos y sin estimar la importancia de las instituciones que configuran la sociedad civil”.<sup>156</sup> Esto significa que muchos teóricos anteriormente consideraban al sistema comunicativo como un sistema totalmente independiente dotado de una fuerza propia y capacidad singular. No se puede analizar el sistema comunicativo de un país de forma caprichosa, sin tomar en cuenta su evolución histórica, cultural y el contexto social y político en el que se inserta.

Ahora bien, los autores de sistemas mediáticos comparados señalan que estos modelos no se pueden extrapolar directamente a países de otras latitudes. No obstante, el presente estudio considera que los medios de comunicación son actualmente empresas globales, donde existen características que pueden ser consideradas como similares. Es interesante destacar, en este sentido, la realización de una historia de la génesis del periodismo moderno como oficio y como institución social a lo largo del siglo XIX y XX en los países occidentales. El propósito final es proporcionar los elementos de análisis necesarios para entender el porqué de la configuración de los

---

<sup>156</sup> Los investigadores partieron de la misma premisa planteada el 1956 por Siebert, Peterson y Schramm en una obra de referencia: *Four Theories of the Press*.

medios en un Estado o en una región geopolítica concretos, por lo que a continuación se definirán en términos generales dos de los tres modelos del estudio referido de Hallin y Mancini (2008).<sup>157</sup> Los modelos se deben entender, pues, como sistemas de relaciones estructurales.

#### **4.2.1- Modelo pluralista polarizado**

El modelo pluralista polarizado prevalece en los países mediterráneos del sur de Europa, como Francia, Grecia, Portugal, Italia y España. Presenta como características principales la integración de los medios de comunicación en la política de partidos, un papel activo del Estado en el sistema mediático, un desarrollo histórico relativamente débil de los medios de comunicación comerciales y también, un nivel de profesionalización menor del periodismo. El modelo pluralista polarizado configura según Giovanni Sartori (1987), “un sistema político complejo, con muchos partidos que rivalizan por el poder y a menudo, existen fracciones enfrentadas dentro de los mismos partidos” (p.69). El modelo pluralista polarizado se caracteriza también por la existencia de una prensa orientada hacia una élite dirigente con tiradas relativamente cortas. En palabras de los investigadores:

Los periódicos del sur de Europa están dirigidos a una pequeña élite, principalmente urbana, culta y políticamente activa. Sus contenidos son a la vez sofisticados y politizados, y se puede decir que estos periódicos están implicados en un proceso horizontal de debate y negociación entre las distintas facciones de la élite (Hallin, Mancini, 2008. p.20).

En correspondencia con la baja tirada de la prensa escrita, los medios de comunicación audiovisuales (radio y televisión) tienen una notable incidencia en la formación de la opinión pública. En estos países, de tradición democrática es muy tardía, la libertad de la prensa y el desarrollo de las industrias de los medios de comunicación privados no se lograron hasta la segunda mitad del siglo XX. Los periódicos de gran tirada no progresaron en parte, porque no se dieron las condiciones culturales, económicas y políticas para el desarrollo de los mercados de los medios de comunicación hasta mediados del siglo XX, cuando la radio ya era un medio importante y la televisión empezaba a despuntar.

---

<sup>157</sup> No se va a considerar uno de los modelos planteados “el modelo democrático corporativo”, ya que no corresponde a las características planteadas en el mismo, para el análisis de la prensa en México y para el estudio en específico de los medios planteados en esta investigación.

Como señalan Hallin y Mancini (2008), “parece improbable que el país que no desarrolló periódicos de gran tirada hacia finales del siglo XIX los tenga algún día”. (p.90). Su estudio destaca aquello que se puede denominar “el pluralismo externo” (es decir, la existencia de una serie de medios partidistas donde existe muy poca pluralidad interna), y una tradición de periodismo de comentario y opinión más persistente que en otras partes de Europa. En el modelo pluralista polarizado se da un alto grado de vinculación o de «paralelismo político». Mientras a nivel teórico se defiende una concepción liberal de los medios de comunicación, en la práctica prevalece una concepción instrumental de los mismos, entendidos principalmente como mecanismo de influencia política o como mecanismo de promoción comercial.

La distancia entre lo ideal y la realidad es mucho mayor en países como Italia o España-, donde los periodistas se declaran fieles seguidores del modelo liberal de neutralidad y objetividad, a pesar de que la práctica real del periodismo esté profundamente arraigada a una tradición de prensa de opinión partidista (Hallin, Mancini, 2008,`p.13)

Mediante un análisis de los principios filosóficos del liberalismo, Carlos Ruiz (2008), llega, curiosamente, al mismo diagnóstico. Ruiz habla de la -paradoja liberal-, “cuando la praxis mediática entra en contradicción con los fundamentos teóricos que la sustentan”. (p.517).

#### **4.2.2.-Modelo liberal.**

El modelo liberal prevalece en Gran Bretaña, Irlanda y América del Norte (Estados Unidos y Canadá). Estos países tienen una historia común y comparten a pesar de algunas diferencias notables el mismo modelo de comunicación, se caracterizan por el relativo dominio de los mecanismos de mercado y por la hegemonía de las empresas de comunicación de carácter comercial. La intervención estatal en el sistema mediático es baja. En la mayoría de casos existe un paralelismo político muy limitado y finalmente, se da un desarrollo importante del profesionalismo en el campo del periodismo. Es importante analizar con detenimiento el modelo liberal ya que se ha convertido, al mismo tiempo, en el principal paradigma teórico y en un modelo normativo en los estudios de comunicación.

El estudio del campo de la comunicación y especialmente el estudio del periodismo, han mantenido un carácter fuertemente normativo. Esto es debido -como señalan los autores- en parte a sus raíces en la enseñanza profesional, donde se da más

importancia a la reflexión sobre lo que debería ser el periodismo que al análisis detallado de lo que es y de por qué es cómo es. El modelo liberal, tan valorado y mitificado en la concepción del periodismo profesional y basado, sobre todo, en la experiencia norteamericana, se ha difundido en el mundo entero. Como se apunta en su libro: “el etnocentrismo se ha acentuado en el campo de la comunicación gracias al carácter marcadamente normativo de una gran parte de la teoría de la comunicación” (Hallin, Mancini, 2008, p. 2) Esto explica que otras concepciones del periodismo no hayan sido formuladas claramente, ni siquiera en aquellos países donde estos modelos tienen vigencia. Ésta ha sido una carencia bastante habitual en los estudios de comunicación.

El modelo liberal de los medios de comunicación de masas, denominado a menudo modelo angloamericano, es quizás el único que ha sido analizado de verdad, como modelo coherente, en los estudios de los medios de comunicación [...]. El modelo «angloamericano» ha sido tratado como mucho más coherente y unitario de lo que es en realidad (ibid: 181).

#### **4.3.- Modelo de convergencia mediática para el análisis de estudio.**

El análisis de los medios de comunicación en México, es desde hace décadas amplio y diverso, no obstante, las investigaciones académicas sobre la prensa escrita está más limitado y los estudios que existen son de características generales, más que de índole particular o segmentada; ya se ha dicho en páginas anteriores las dificultades por las cuales atraviesan los estudios de estas características. En esta ocasión esta tesis, trata sobre los medios de comunicación escrita y toma como referencia principal la metodología de Hallin y Mancini (2008), con la cual se pretende concretar un análisis desde esa perspectiva, para comparar las características de desarrollo con el modelo de periodismo que existe en México; tomando como ejemplo específico los diarios *La Jornada* y *Reforma*.

No se puede negar, que el estudio referido determina de forma muy *suigeneris* los modelos utilizados, sin embargo; resulta atractiva la utilización de los modelos señalados, con las acepciones antes mencionadas, en un intento de hacer un comparativo en los medios impresos señalados para este caso de estudio. Se hará una conversión de dos de los tres modelos sobre el sistema de medios de comunicación en México (modelo liberal y modelo polarizado), ya que el sistema mediático mexicano posee

características de ambos de acuerdo a las definiciones que hacen en su estudio, lo cual será de interés demostrarlo. Pese a la descripción de estos dos modelos claramente diferenciados, se constata que el proceso de globalización y una creciente comercialización mediática provocan una singular convergencia que los autores analizan en la última parte de su libro.

Se hace patente la aparición de una “cultura mediática global”, próxima al modelo liberal, que es el modelo político que se ha generalizado en la mayor parte de democracias representativas. Efectivamente, los cambios en las estructuras económicas y políticas, junto con la influencia de la tecnología y de la comercialización de los sistemas de los medios de comunicación, especialmente en la década de los 80, han puesto en marcha un proceso de homogeneización que erosiona las diferencias entre los sistemas mediáticos nacionales que predominaban durante gran parte del siglo XX. Según Hallin y Mancini, este proceso de homogeneizaciones implica, sobre todo, un debilitamiento de los vínculos que históricamente relacionaban los medios de comunicación con los partidos políticos y los grupos sociales organizados en los países de los modelos Pluralista Polarizado y Democrático Corporativo<sup>158</sup> y un desplazamiento hacia las estructuras comerciales y las prácticas de profesionalidad neutral tan características del sistema liberal. En este sentido hay una clara tendencia de convergencia hacia el sistema liberal.

El proceso de comercialización, a la vez que acelera la diferenciación entre los medios de comunicación y las instituciones políticas, tiende a subordinar a aquéllos a la lógica del mercado y de la lucha corporativa para la cuota de mercado, con la consiguiente disminución de la autonomía de los periodistas y de otros profesionales de la comunicación (ibid: 276).

Sin embargo, la constatación de este proceso de convergencia no se contrapone con la principal aportación del estudio “Sistemas mediáticos comparados”, que es la elaboración de los modelos de análisis bien definidos, lo que nos permiten entender

---

<sup>158</sup> Tercer modelo: El modelo democrático corporativo prevalece en el centro o en el norte de la Europa continental, como Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia y Suiza. Se trata de países de una notable tradición cultural y donde la prensa alcanzó y todavía mantiene unas tiradas muy altas. En este modelo se constata la coexistencia histórica de los medios de comunicación comerciales con los medios dependientes de grupos sociales y políticos organizados; también se produce un nivel bastante alto de paralelismo político. Existe un fuerte desarrollo del profesionalismo, y un papel activo por parte del Estado (aunque legalmente limitado). Este modelo comunicativo híbrido, propio de los países donde ha existido una importante tradición de Estado del bienestar, ha sido, pese a su importancia, relativamente poco estudiado en el campo de la investigación comunicativa.

mucho mejor la diversidad de sistemas mediáticos vigentes en los países occidentales. También se debe tener presente que esta obra es más bien un punto de partida (no un punto de llegada) en la espera que dé lugar a futuras investigaciones como la actual.

#### **4.3.1- Categorías de análisis**

Las categorías utilizadas en el estudio están tomadas de las dos visiones metodológicas referidas por Chomsky, Herman (1989), Hallin y Mancini (2008). La simbiosis de ambos enfoques resulta atractivo e interesante, para poder analizar desde diferentes puntos cardinales la estructura socio-política y económica que enmarca una sociedad mediatizada como la mexicana. Cada una de ellas describe de forma general el desarrollo económico, relaciones e intereses políticos, estructura normativa y el nivel de profesionalismo que existe en los medios escritos. Las categorías son en sí, el medio por el cual, se valoró que tanto se alejan o se acercan a los modelos comentados líneas arriba, así como para poder medir el desarrollo de la prensa escrita, durante el periodo establecido en el planteamiento de la investigación. Las categorías no fueron las únicas herramientas de medición del problema planteado, pero fueron sin duda el eje, que coordinó el planteamiento teórico junto a las preguntas principales que dieron respuesta a los objetivos.

##### **4.3.1.1.- Paralelismo político en la prensa.**

Ya se ha hablado sobre el poder que la prensa tiene en términos generales: informa sobre diversos aspectos de la vida humana, desde económicos hasta cotilleos triviales, es como un valor institucionalizado que la sociedad moderna tiene para su vida y desarrollo. Así la prensa ha evolucionado desde los siglos de la ilustración hasta la actualidad como un intermediario de intereses sociales con el poder político, de ahí que muchos diarios en su inicio fueran voceros de grupos dirigentes, gremiales o políticos, desde entonces su relación con las estructuras políticas fue la de ingerir en la opinión pública. Pero a partir del siglo XX, el periodismo inició una evolución hacia la neutralidad de sus opiniones, lo cual fue determinante para su crecimiento y estabilidad laboral. El cambio hacia esta neutralidad profesional, podrían tener un interés principal en la información, más que ideología partidista, es decir; ser un periodismo libre de expresar sus ideas, sin miedo a perder costos y si a obtener mayores beneficios económicos.

Aunque esta hipótesis tuviera hoy en día sus detractores al relacionar a la prensa con ideología invariablemente. Se puede suponer sin comprobar académicamente, que la prensa presenta distintas fases sobre la objetividad profesional de sus ideologías partidistas. En la actualidad se sigue cuestionando la separación real de los poderes fácticos y su profesionalismo periodístico, no hay ningún lector de ningún país consiente y habituado a consumir información a través de la prensa que no identifique a que ideología o partido pertenece tal o cual diario en su localidad. La distinción de identificar a los medios de acuerdo a sus orientaciones políticas, puede ser difícil de clasificar, de acuerdo a la percepción del consumidor, el ciudadano común observaría con claridad que medios son de derecha, y caso contrario los ciudadanos que son derecha verían a medios tendenciosos a la izquierda. En los medios electrónicos (televisión y radio), esta identificación sería más difícil de considerar en México, por lo que los consumidores habituados a estos medios les resultarían más complicados llegar a distinguir estas ideologías porque habría siempre ambas posturas (habitualmente existen paneles de invitados con varios perfiles políticos diferentes), en igual de condiciones.

En este caso el paralelismo político entre los medios impresos y el sistema político, se identifica en el grado de relación que existe con la opinión partidista o institucional y la difusión directa del medio impreso a la opinión pública. En México esta consideración en la prensa, ha tendido una explicación “natural” desde la independencia, al existir dos visiones políticas antagónicas (conservadores y liberales), para la construcción de un estado nacional, en la actualidad esta dicotomía de geografía política, tiene una distinción diferente. El PAN considerado de derecha (llegó a la presidencia del 2000 al 2012) y el PRI como representante de los sectores sociales, tuvo una duración en el poder ejecutivo por más de siete décadas, criticado por traicionar desde hace tiempo sus siglas principales de Revolucionario e Institucional; se presentan como los dos partidos que han conformado la estructura social y política en México en el último siglo, junto a una composición de extintos pequeños partidos de rescoldos socialistas de tintes comunistas que no tuvieron un clima idóneo para que sus propuestas germinaran con éxito, sin embargo; desde hace tres décadas las crisis económicas e institucionales en el país, generó la aparición de nuevos partidos (como el Partido de la Revolución Democrática -PRD- y actualmente el Movimiento de Reconstrucción



Nacional -MORENA- ), que apuestan por una izquierda social demócrata que ayude a la sociedad mexicana en la situación en la que se encuentra.

Estas características políticas partidistas en el SPM, configura a los sistemas mediáticos en México dividirse en dos visiones enfrentadas, tal y como sucedía hace un siglo al no haber una pluralidad mediática; ahora la concentración genera esta dicotomía, esta situación ideológica. No obstante, existen hoy en día estados de la República Mexicana que configuran ciudades que están frente a dos diarios con sus respectivos fundamentos políticos, ideológicos y económicos; aunque habría que decir que estos diarios se estructuran con cierto matiz de una pluralidad liberal ante la opinión pública. Bajo estas consideraciones y por las necesidades propias de la investigación, se establece que el paralelismo político que existe en los diarios en México es en su estricto sentido.

Es necesario recordar que el estudio no establece un seguimiento cuantitativo de la información que difunde hacia cada partido político, ya que no es la intención del mismo (hay muchos estudios que hacen estas mediciones),<sup>159</sup> existen otros indicadores que también configuran el nivel de relación organizativa que puede existir entre los medios de comunicación y el sistema político, como los sindicatos, las cooperativas, las iglesias y distintas organizaciones relacionadas indirectamente con el sistema político y los partidos políticos. Sin embargo, aun sin la relación directa y estrecha que existía en otras décadas, todavía quedan a criterio personal la influencia de instituciones sobre los medios de comunicación impresa. Hay una variedad de indicadores que pueden describir de cierta forma metodológica, la relación entre el sistema político y los medios de comunicación, por ejemplo, la filia de algún periodista en algún partido político, el periodista que se volvió influencia en la opinión pública, al mismo tiempo que forma parte de determinado medio de comunicación, el consumo a diarios, programas de radio, televisión y de ciertos grupos identificados a ideologías políticas partidistas, o como voceros de equis partido abiertamente.

Todas estas consideraciones se contraponen hoy en día con la neutralidad del ejercicio periodístico, asumiendo un alto nivel de paralelismo político, los artículos de opinión eran sin duda anteriormente escritos sobre valores personales, que estaban bajo situaciones sociales muy específicas así como el ambiente político que se vivía en ese

---

<sup>159</sup> Cft el estudio de Patterson y Dombach (1993).

entonces (caso el *Excelsior* en México). Es importante distinguir que cada sociedad a partir de su desarrollo sociocultural podrá determinar los límites de su prensa en relación al poder político, algunos podrán ser más rigurosos en el tratamiento informativo, separando la noticia de la opinión, mientras que otros tendrán una libertad de expresiones sobre aspectos diversos.

La distinción entre reportero y comentarista en México a diferencia de otros países occidentales, tiene una separación muy específica, por la vieja tradición del propio sistema cultural y periodístico en el que subsisten. Parte central de la hipótesis de este estudio, argumenta que la relación de los medios de comunicación como la prensa escrita, con el sistema político en México; se sostiene por una fuerte tradición histórica de sumisión y coacción ante los organismos institucionales. Por último, el pluralismo que se da en su trabajo periodístico tiene dos percepciones, una es la forma externa en que los medios de comunicación (entre ellos la prensa), difunden todo tipo de orientaciones políticas de diferentes grupos o tendencias, asumiendo todas las consecuencias de tal apertura y la otra interna; donde cada medio informativo asume los límites institucionales, buscando una sana distancia y neutralidad ante el sistema político. Por lo que el paralelismo político que se pudiera presentar en estas circunstancias sería de bajo nivel comparado con el anterior, asumiendo también la posibilidad de que exista un nivel intermedio al haber espacios donde (principalmente en radio y televisión), coexistan ambas posturas en el mismo medio; es decir, periodistas con distintas orientaciones políticas.

#### **4.3.1.2.- Desarrollo económico en la prensa.**

Medir desde la visión de Vincent Mosco (2009), el desarrollo económico entre los medios de comunicación resulta necesario e importante, en el caso de la prensa es imprescindible, si bien la comparación de su tiraje determinaría el nivel de que cada diario tendría, así como el nivel de influencia y desarrollo económico. Existe un planteamiento que los diarios de gran tirada tuvieron su origen a finales del siglo XIX, otros sin embargo; no fue así (ver tabla sobre los quince diarios capítulo II). Posteriormente a la entrada de la globalización el crecimiento en el tiraje en algunos diarios fue aprovechado por las fusiones entre las nuevas empresas mediáticas. Si bien, lo importante en lo cuantitativo, no separa en la necesidad de entender la relación que se da entre sus consumidores, es decir; su nivel de empatía e influencia en su vida política

y social, es determinante conocer los grupos de lectores a los cuales tienen acceso los diarios, saber su cotos de consumo, nivel económico, educativo y laboral.

Conocer el nivel de tiraje, describiría en forma horizontal y vertical para identificar los grados de politización que tienen los ciudadanos, esto daría un parámetro para comparar el nivel de desarrollo en términos más amplios. En México los diarios que más influencia tienen son los del centro (Capital), con una tiraje más grande a diferencia de los del norte más cerca de la frontera con EUA y con connotaciones más liberales y los del sur con un tiraje bajo y de poca influencia e inexistente para la sociedad mexicana. Esto tiene cierta consideración si se relaciona al paralelismo político y su profesionalismo y ética laboral. La prensa en el norte de México, está determinada por intereses partidistas y una subvención publicitaria por el gobernador en turno o presidentes municipales de cada entidad.

Las solides de las empresas autónomas que ejercen el periodismo no es igual, en comparación como las que existen en el centro del país. Los diarios del centro de la capital poseen una gran cantidad de clones en las diferentes regiones nacionales, con los cuales reproducen las visiones políticas y económicas de sus socios administrativos. Esto nos lleva a considerar que la prensa a nivel nacional no necesariamente se basa en la comercialización. Otras consideraciones para entender su desarrollo y los grados de diferenciación en la prensa, es ver el tipo de género del lector, es decir; conocer el sexo del lector nos daría otras pautas para poder ingerir en posibles hipótesis al respecto: alfabetización y desigualdades culturales por género. El nivel de diferenciación sociocultural que hay en la prensa entre el norte, sur y el centro daría una información amplia sobre su desarrollo económico, así como una amplitud de respuestas de por qué hay más relación con determinados grupos sociales.

Otra característica de desarrollo en la prensa son las posibilidades de consumir otros medios de comunicación, las regiones donde hay medios electrónicos además de la prensa con bajo nivel de tiraje, los posibles consumidores utilizan estos medios para informarse sobre aspectos de importancia básica (internet, televisión). El nivel de tiraje podría ser el principal factor para hacer las injerencias diversas sobre el desarrollo económico, sin embargo; esta hipótesis sería necesaria relacionarla con las otras categorías para este estudio, no obstante, existen también, factores como la calidad entre

la prensa de opinión y la prensa amarilla, el nivel o perfil del lector, el cual nos daría una idea del consumo general o elitista.

#### **4.3.1.3.- Estructura y regulación legal de la prensa.**

La norma o la regla hacen la excepción a las circunstancias, en el caso de la normatividad de los medios de comunicación es importante establecer las reglas y límites en los se mueven los intereses de las empresas mediáticas, esto conlleva una serie de consideraciones al respecto, por lo que es de gran importancia establecer los criterios por los cuales un sistema político establece las reglas en las que pueden participar los medios de comunicación, sin llegar a traspasar o violentar las garantías individuales de los ciudadanos; así como las propias de los medios de comunicación, ante otras instituciones como el propio sistema político. Debido al carácter público de los medios de comunicación y su relación con el sistema político, es necesario distinguir un marco regulatorio en el cual se encuentran, para incidir también sobre un posible paralelismo político en su normas legales. Estas normas pueden en ocasiones estar más enfocadas a proteger al “periodismo” más que a las formas que se establecen para su ejercicio profesional; estas leyes se derivan en principio de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDRH), donde en su artículo 19° establece una garantía fundamental del derecho de libertad de expresión, en la cual queda enmarcada la libertad de los medios. Ésta tiene repercusión e influencia en el Art. 19° del Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (ICCPR):

Cualquier persona deberá tener el derecho a la libertad de expresión; este derecho debe incluir la libertad para investigar, recibir y compartir información e ideas de cualquier naturaleza, sin considerar fronteras, ya sean orales, escritas o impresas, a través del arte, o de cualquier otro medio de su preferencia. (Declaración Universal de los Derechos Humanos Art. 19.- [aceproyect.org](http://aceproyect.org): 2017).

A nivel nacional, la libertad de expresión y de los medios se verá afectada por leyes a distintos niveles:

- La Constitución - ley suprema o básica del territorio.
- Estatutos, aprobados por la legislatura.
- Decretos, regulaciones o cualquier otro instrumento estatutario, el cual regularmente tendrá menos fuerza que la ley estatutaria.

Todas estas áreas de la ley estarán ligadas a otras de distinta manera, en consecuencia su contenido se verá reflejado en su constitución. En un gran número de sistemas legales, la ratificación de tratados no encuentra automáticamente su camino dentro del cumplimiento de la legislación nacional. Las constituciones quizá tuvieron que ser diseñadas con mucho tiempo de anticipación, previo a su ratificación. O bien, las constituciones pueden reflejar los progresivos desarrollos en la Ley de Libertad de Expresión, no obstante que otros estatutos no hayan sido reformados. De la misma forma, la Constitución usualmente será soberana en relación a los estatutos, los cuales serán considerados inefectivos si entre ambos entran en conflicto. Por último, en esta área, como en muchas otras, es de suma importancia que la vigilancia del sistema judicial esté preparado para confrontar al gobierno, ya que fácilmente se puede sentir ofendido por el libre ejercicio periodístico y tomar medidas ilegales para frenar sus investigaciones sobre ciertos temas públicos. A continuación se expondrán los cuatro modelos de regulación internacional de Hallin y Mancini (2008), que servirán como parámetro para poder identificar en cuál de ellos podemos integrar el modelo de regulación mediática que existe en México.

1.- Modelo Gubernamental: Es la regulación estatal, controlada por el gobierno, donde por medio del control gubernamental se controlaba los nombramientos de los directores de la radio televisión pública, el cual puede tener modificaciones como pueden ser los nombramientos por parte del Congreso de la Unión y no por el Poder Ejecutivo; aun así, se entiende que la definición de tales puestos están bajo el control de un partido político mayoritario.

2.- Modelo Profesional: Está presentado por una larga tradición de independencia de los medios de comunicación sobre el sistema político, así como también una autonomía en su ejercicio periodístico por parte de los profesionales de los medios. Estas características se dan preferentemente en los países con una fuerte tradición liberal.

3.- Modelo Parlamentario o de Representación Proporcional: El control sobre los medios de comunicación públicos, está repartido entre los partidos políticos por medio de la representación proporcional, este modelo difiere del modelo gubernamental en los sistemas de mayoría parlamentaria, ya que estos sistemas políticos se caracterizan en

ocasiones por ser de coalición y de repartirse los nombramientos de las instituciones públicas.

4.- Modelo Cívico Corporativo: reúne características técnicas del modelo parlamentario, sin embargo; la diferencia estriba en que no son los partidos quienes son los responsables de los órganos informativos, sino instituciones como sindicatos, grupos sociales relevantes en la sociedad, asociaciones empresariales, organismos religiosos y organizaciones étnicas entre otros. Estos modelos son propios de sistemas comunitarios.

Estos modelos no son excluyentes entre sí, en el contexto real suelen tener ciertas relaciones combinadas entre los propios sistemas de comunicación, profesionalización y proporcionalidad, por ejemplo; donde son las normas las que otorgan el grado de autonomía a los profesionales de los medios. Ningún sistema funciona sin profesionales propiamente dichos y sin rasgos de autonomía, así como influencias del Estado o partidos políticos y grupos de interés privado, sin embargo; la forma en que se lleva a cabo el ejercicio de sus actividades periodísticas define de cierta forma la norma que los distingue. Estas distinciones están de hecho y de derecho dependiendo del sistema político imperante, el carácter de medios públicos fuertes, pueden ser determinados por el propio Gobierno, sin menoscabar su autonomía profesional, pero se basan en un conjunto de elementos legales y culturales que los hace posibles.

En México la libertad de expresión y libertad de prensa está enmarcada por el artículo 6º y 7º de la Constitución General de la República, el cual a la letra dice: “Artículo 6º. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado.”<sup>160</sup> Sin embargo, existe en la actualidad una estadística

---

<sup>160</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y anterior Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

I. Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y solo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad.

II. La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.

negativa a nivel mundial del ejercicio periodístico en México, por lo que es imprescindible la lucha y contra aquellas instituciones, grupos o individuos que atenten contra las garantías de expresar sin condiciones ni censura cualquier información de interés público.<sup>161</sup>

Artículo. 7º. Es inviolable de la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna Ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos.”

Es importante anotar aquí que La Constitución Mexicana, está considerada como una de las primeras constituciones sociales del mundo; una de las primeras que ya no hablan de tu derecho o su derecho, sino de nuestros derechos o sus derechos, señalando a grupos sociales perfectamente determinados. Es decir, este ordenamiento constitucional no solo comprende derechos individuales sino también derechos y libertades sociales, que implican a los trabajadores de todas las instituciones públicas y privadas de la República Mexicana.

---

III. Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos.

IV. Se establecerán mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos. Estos procedimientos se sustanciarán ante órganos u organismos especializados e imparciales, y con autonomía operativa, de gestión y de decisión.

V. Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre sus indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos.

VI. Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información relativa a los recursos públicos que entreguen a personas físicas o morales.

VII. La inobservancia a las disposiciones en materia de acceso a la información pública será sancionada en los términos que dispongan las leyes.

<sup>161</sup> Nuestra Ley de Imprenta -promulgada el 9 de abril de 1917, días antes que nuestra Carta Magna, 1º de mayo de 1917- es la única legislación específica sobre la libertad de imprenta y de prensa.

#### **4.3.1.4.- Ética profesional de la prensa.**

La siguiente categoría genera un problema de límites conceptuales para la investigación académica, el cual tiene un fundamento liberal tomado del ejercicio de la medicina y del derecho, como el ideal ético profesional que se basa en la educación y el conocimiento adquirido en su acción; mientras que el periodismo navega en una línea muy delgada de interpretación y acción. En la actualidad la formación profesional es habitual en occidente, la cual se enmarca en un tipo de profesionista aceptado socialmente, así como al gremio que representa; sin embargo, escuchamos comúnmente que no existe una correspondencia proporcional en este sentido. Es decir; no existe una correspondencia entre el proceso de preparación profesional y la autonomía profesional de su ejercicio periodístico.

Un ejemplo, es la profesionalización del periodismo en los EUA, aun cuando tienen una amplia oferta educativa, no corresponde proporcionalmente a los criterios de pertenencia en los órganos de influencia mediática más importantes en la Unión Americana, por su parte; en Europa los periodistas que pasaron por un proceso educativo en los países del mediterráneo (España, Portugal, Grecia), no son más profesionales que los periodistas de los países del norte (Alemania, Francia, Reino Unido), el ejercicio periodístico en sí, no necesita una formación para ejercer legalmente como los médicos y abogados, lo que significa que la profesión no está plenamente regulada. La profesionalidad del periodista está más enjuiciada que otras profesiones, además, dentro de los propios medios de comunicación existen diversos actores que satisfacen el mismo ejercicio de difundir información pública (locutores de radio, camarógrafos, editores de guion y productores o empresarios de medios). Por lo anterior, se puede decir que hay diferentes longitudes para describir la profesionalización del periodismo comparado con diferentes ámbitos profesionales, para ello hay tres unidades de mediciones que pueden servir para este ejercicio de acuerdo a Hallin y Mancini (2008).

1.- La autónoma: esta consideración ha estado siempre en la profesionalidad del periodismo, e implica un grado de profesionalismo en su trabajo, donde las decisiones que son tomadas de acuerdo a sus actividades laborales, corresponden específicamente a los propios profesionales de la actividad que profesan. Aun así, esta consideración dentro del gremio periodista dista mucho de ser una norma, en comparación de otras profesiones que tienen este elemento de control de



sus propias decisiones (como los médicos o abogados propiamente dichos). Estas limitaciones de origen sociocultural que posee el periodismo, están basadas en una visión de características de capitalismo liberal, donde sus servicios a la sociedad están basados en la producción de información real; es decir, su trabajo se basa en la premisa básica de este modelo económico, que es la producción en serie, con la constante de ser creíble. No obstante, solo son parte de un engranaje de la industria mediática, no poseen el control de ella, aunque existan casos particulares. Ya hablamos anteriormente del origen del periodista y su división del trabajo dentro del mismo gremio, esta división no sugiere una autonomía profesional, ya que su libertad de expresión esta colegiada por los propios periodistas. Esta consideración tiene sus propias reglas, normas y acuerdos, dependiendo del sistema mediático.

2.- Ordenamiento profesional: esta consideración refiere a las profesiones con ocupaciones, éticas, morales, económicas y específicas de carácter endógeno, se basan principalmente en reglas compartidas de forma propia; en el periodismo esto implica una serie de normas particulares, tales como fuentes confidenciales, división clara entre las aéreas de publicidad y editorial y establecimiento de niveles de calidad y prestigio en la redacción. Las normas profesionales del periodismo pueden estar basadas más en el ejercicio de su profesión, difusión, tratamiento y manejo de la información, que en las filias políticas que tengan; es decir, su posicionamiento profesional está más regulado por las orientaciones de los propios compañeros que de forma externa (partidos, líderes sindicales). Esta existencia de normas profesionales específicas, se relaciona directamente con la autonomía, ya que conlleva cierta libertad a diferencia de estar supeditadas al orden privado o externo. Por último, existen otras normas del gremio periodístico como el consenso y la homogeneidad en la redacción de la información que también conforman reglas entre los profesionales.

3.- La orientación como servicio público: finalmente dentro del criterio de profesionalidad, existe el criterio de una ética periodística de servicio social o público a partir de una visión marxista, que considera que la profesionalidad era un elemento auténtico y social; aun cuando formaba parte de una estructura capitalista, generando una polémica por su altruismo y en contra posición de poseer fines más instrumentalistas que al servicio de la sociedad. No obstante, este precepto es de suma importancia ya que pone al periodismo como custodio de los intereses públicos, en contra de una simple asignación de valores sociales o de tinte filántropo.

El profesionalismo en el periodismo tiene esta dualidad de ser una profesión valorada por la sociedad, así como el ejercicio de su práctica, como parte de los propios medios de comunicación, así como también por parte de las instituciones del sistema político; por ello se pueden diferenciar distintas modalidades de profesionalidad periodística de acuerdo al tipo de sociedades que existen.

El periodismo tiene la consigna de reivindicar su profesionalismo a través de su información confiable y de interés público, para ello pueden existir diversos mecanismos de autorregulación, como los consejos editoriales, o consejos ciudadanos; en la actualidad algunos diarios pueden presumir que poseen un consejo editorial, donde intervienen distintas figuras públicas que determinan el tipo de información así como el nivel de interés que representa.

#### **4.4.- La instrumentalización del profesionalismo en el periodismo.**

Parte importante de los medios de comunicación escrita, es que forman parte de un conjunto de instituciones políticas, económicas y grupos ciudadanos que comparten el interés del ejercicio profesional del periodismo. Cada entidad de forma particular utiliza de acuerdo a sus necesidades al periodismo, como parte de su forma de expresar sus opiniones políticas, ya sean estas públicas o privadas; esta consideración refiere, que cada órgano utilizara de manera instrumental su modelo de comunicación, ofreciendo un nivel bajo de profesionalismo de acuerdo a los criterios referidos anteriormente. Bajo este argumento de instrumentalización política por parte de los medios impresos, pueden caer en ser objetos de uso comercial o propagandístico publicitario e instrumentalización económica, esto puede generar una desconfianza en su ética profesional, al socavar su profesionalización en su instrumentalización política; sin embargo, en esencia ambas posturas conviven normalmente, pero bajo una amenaza desde el punto de vista a la profesionalidad que aquí se ha definido.

El periodismo profesional involucra la permanente voluntad por fomentar el cultivo, la mejora y el desarrollo de las condiciones de orden técnico y académico o intelectual que debieran tener las y los periodistas en el ejercicio de sus responsabilidades profesionales. Porque ser profesional quiere decir comprometerse a una construcción personal interminable y apelar a un intachable sentido de responsabilidad de manera que siempre se procure la más alta calidad y sustento en los materiales periodísticos. La ética periodística no es lo mismo que un catálogo de deberes en el quehacer informativo; es más bien una voluntaria disposición actitudinal por actuar adhiriéndose a valores superiores encaminados al fiel registro y comprensión de la realidad social. Por otra parte, la ética profesional de ninguna manera representa un estatus superior de conciencia profesional con el fin de criticar, escrutar o echar en cara las carencias o sombras ajenas para beneplácito público, sino una intransferible

licencia cuyo propósito sea reconocer las propias fallas o debilidades al igual que las potencialidades o virtudes para el enriquecimiento de cada quien y, a la postre e indirectamente, de los otros.

La deontología por su parte, supone la necesidad de plasmar los deberes profesionales en documentos normativos llamados códigos deontológicos, la deontología periodística implica la definición pública de un conjunto de principios éticos o normas de conducta acordados por los integrantes de uno o más medios de comunicación, con la idea de promover la integridad, el profesionalismo y la responsabilidad social de su quehacer. De acuerdo con Ernesto Villanueva, la deontología cumple un papel fundamental, aporta parámetros para elevar la calidad mediática, contribuye a optimizar el derecho a la información, difunde y promueve el buen ejercicio periodístico, coadyuva al seguimiento crítico de grupos sociales en torno a los contenidos, estimula la independencia del periodismo al sancionar la injerencia del poder, y protege los derechos de las y los ciudadanos. Los códigos deontológicos suelen congregar las diversas percepciones y aspiraciones unipersonales en torno a la ética periodística. “Pero éstas difícilmente lograrán fructificar, en principio, si se carece del convencimiento, la voluntad y la convicción a título personal (ética) y desde el terreno colectivo (autorregulación-deontología).”<sup>162</sup>

#### **4.4.1.- Profesionalización y paralelismo político**

De acuerdo al modelo liberal americano de periodismo, el cual maneja que la profesionalización debe ser objetiva y de neutralidad política, contrario a los sistemas de comunicación que tienden concebir de forma estrecha una relación con grupos políticos organizados y empresas comerciales y por definición sistemas mediáticos de bajo desarrollo profesional. El periodismo debe ser un vocero público con información neutral y no intermediario de intereses particulares, aun así, ambas dimensiones entre el profesionalismo y el paralelismo político conviven y están relacionados entre sí. Se puede hacer una diferencia en términos académicos, si diferenciamos el profesionalismo de la prensa en aquellos sistemas sociales donde sus actividades y profesión este claramente separada y diferenciada de otras profesiones incluida la política, es decir; la

---

<sup>162</sup> Martínez Sánchez, Omar Raúl. (2106). Ética y autorregulación periodística en México. - conceptualización, historia, retos y documentos - <https://cdhdf.org.mx/wp-content/uploads/2015/06/etica-y-autorregulacion.pdf>. P, 44. Inf loc: 05/10/2018.

práctica periodística debe tener un antecedente de autonomía de otros campos del saber, cuando sucede lo contrario vemos una profesión carente de una visión social en común, alineados a fines partidistas y de poderes económicos, por lo que si en sus orígenes no hubo una distancia sana entre los poderes fácticos, es muy probable que su paralelismo político sea alto consecuentemente.

Existen antecedentes sobre esta dicotomía que pueden ser motivo de verdaderos análisis académicos, sobre el papel que los medios impresos tuvieron, con respecto a un momento histórico como protagonistas de difundir información de interés público contra el poder del Estado, por ejemplo; en regímenes modernos occidentales, donde la línea editorial de intereses económicos eran distintos a la pluralidad informativa que manejaba el diario. Caso concreto de este tipo de situaciones se vio reflejado en la carta del director del *The Jerusalem Post*, (Hallin, Mancini, 2008, p. 37), que describía con claridad el enfrentamiento dentro del diario entre el paralelismo político y el profesionalismo periodístico. Por otra parte, esta visión puede ser tachada de ideal weberiano, al considerar al periodismo como un guardián de la moral profesional de los medios de comunicación, es decir; cuando algún medio alcanza a desarrollar los elementos básicos de su profesionalización como la autonomía, la pluralidad, objetividad; entonces será difícil establecer juicios particulares sin la consideración del bien común y perder la confianza pública adquirida por su trabajo profesional.

El servicio social que el periodismo brinda, como testigo honesto, narrador del presente objetivo más allá de su autonomía es por el servicio que ofrece a la sociedad, como una institución integra de enjuiciamiento social. Esta concepción puede contrastar con el modelo americano, que exige una separación de neutralidad y objetividad sobre la información difundida, no obstante esta visión está más compartida actualmente, considerando que el carácter social del periodismo no está alejado de lo político; es decir, cuando existe un nivel del profesionalismo alto puede coexistir un paralelismo político al mismo tiempo, cuestión que deberá ser corroborada si esto se da en los diarios *La jornada* y *Reforma*. La independencia de los diarios en la actualidad se miden a partir distintos factores como por ejemplo: los ingresos que reciben por publicidad, pública o privada, así se constata el nivel de relación económica que pudiera existir sobre algún diario en particular.

#### **4.4.2.- La profesionalidad periodística y el papel del Estado.**

Dentro de todo sistema político, el papel del Estado es fundamental para el desarrollo de sus medios de comunicación y su ejercicio periodístico, a partir del tipo de sistema político que existe en determinada sociedad se puede establecer el tipo de profesionalidad periodística; todo Estado moderno occidental posee el control de los medios de comunicación (radio y televisión), y transmiten a través de ellos sus políticas públicas. El cambio hacia la producción privada de estos medios en las últimas décadas han modificado sustancialmente las reacciones entre el público consumidor, generando una respuesta más participativa en las injerencias de interés público que antes estaban acotadas y con filtros de censura política.

Sin embargo, los medios públicos siguen teniendo una gran influencia e importancia en la mayoría de los ciudadanos, el sistema de financiación por parte del Estado sigue siendo muy alta y dependerá del porcentaje de ingresos comerciales, el grado de autonomía con respecto al Estado, no obstante; no se puede dejar de lado el control de la propiedad e infraestructura estatal sobre los medios de comunicación. El Estado puede tener el control tanto de las agencias de noticias como de periódicos y empresas vinculadas a los medios, directa e indirectamente; el Estado también puede llegar a subvencionar a los medios a través de apoyos fiscales y reducciones en impuestos. A continuación una lista de normas estatales hacia los medios de comunicación:

- Leyes sobre difamación, privacidad y derecho de réplica.
- Leyes en contra incitación al odio.
- Leyes sobre el secreto profesional.
- Leyes sobre regulación sobre a información gubernamental.
- Leyes sobre la concentración de la propiedad y competencia.
- Leyes de regulación política durante procesos electorales.
- Leyes para otorgar licencias de emisión, regulación de contenidos, así como el pluralismo, lenguaje y programación de emisión nacional.<sup>163</sup>

---

<sup>163</sup> (Hallin, Mancini, 2008, p.39).

Estas regulaciones dependerán del grado de democracia que exista en ese sistema político, es decir; su autonomía podría estar limitada de acuerdo a las leyes que regulen el sistema mediático, por una parte y por otras a las necesidades del mercado y características socioculturales y políticas. El ejemplo más representativo de este sistema es el de los EUA, apoyado históricamente por la primera enmienda de su Constitución, situación que se ve con mayor profundidad en el capítulo III.- y el punto respectivo a la estructura del sistema mediático en los Estados Unidos de América. No se puede negar la influencia y relación que tiene el Estado sobre los medios de comunicación, ya sea por las anteriores características así como porque también es generador primario de noticias, a través de su agenda pública (o *agenda setting* en términos conceptuales), aunque habría que determinar si este tipo de Estado determina, el grado de intervención estatal que hay en los medios de comunicación.

Por último, cabe señalar que estas categorías serán las que posteriormente se utilicen para medir el grado de acercamiento o distancia en el caso que nos ocupa con respecto a los diarios *La Jornada* y *Reforma*, desde la intervención del Estado sobre los medios de comunicación. Finalmente no se puede dejar de señalar que las definiciones sobre el grado de relación, entre Estado y profesionalismo que varía considerablemente en unos más que en otros, así como también las demás categorías señaladas anteriormente pueden tener un grado de relación entre sí; aun con las limitaciones que aquí se consideran puede haber más características que en un análisis más profundo y centrado no pueda dar una idea más amplia de cómo el Estado interactúa simbólicamente dentro de un sistema mediático.

#### **4.5.- Técnica de recolección de datos.**

Ante la dificultad de analizar todos los diarios de nacionales de información general dentro del SPM, se tomaron como muestra los dos diarios ya mencionados anteriormente, a partir de una selección por periodo de estudio: género periodístico y año de fundación. La investigación es desde un método constructivista correlacional no experimental.

- Se obtuvo la información de forma directa de cada periódico, así como de las instituciones públicas y su información oficial, para dar respuesta a las variables, categorías y fundamentos epistemológicos planteados: Bolsa Mexicana de

Valores (BMV), Registro Público de la Propiedad (RPP) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Se comparó la información entre ambos diarios, con la descripción del tipo de modelo que se utiliza en la investigación: Sistemas Mediáticos Comparados (2008). Cada tipología señalada tiene su categoría de análisis específico, para identificar la relación y el contraste entre uno y otro diario, en una desconstrucción y construcción de los hechos y el comparativo planteado.

- La ética profesional periodística en *La Jornada y Reforma*, un análisis empírico: categorías: nivel educativo, compromiso laboral, organización profesional.
- El marco legal de regulación mediática y sus características en la prensa escrita: reformas, leyes estatutos. IFT.
- La relación entre el sistema de partidos y otras instituciones en los medios impresos publicidad, relación laboral.
- El desarrollo económico y financiero en los dos medios impresos en México, inversión en la bolsa de valores, análisis del neoliberalismo: crisis, causas, consecuencias, responsabilidades, efectos, etc.

El análisis de los datos reflejó el tipo de información variada que existen en torno a la prensa escrita, la veracidad y contrastación de la información recabada fue determinante en la investigación, la pretensión es obtener una indagación lo más cercana posible a la realidad. Una acepción al estudio es el hecho que México pasó por un cambio político electoral en sus instituciones públicas (elecciones para Presidente de la República en el 2018), por lo que las interpretaciones están basadas en axiomas actuales y personales académicamente. Los procedimientos básicos para la reconstrucción de las evidencias empíricas del trabajo de análisis cualitativo, son técnicas tradicionales, es decir; se utilizaron el método de entrevista (interpretativa o etnográfica), para recabar la opinión de actores centrales en la cobertura periodística: periodistas de la nota política y editores generales de ambos diarios.

#### **4.5.1.- Método de entrevista en profundidad.**

Para fortalecer la investigación sobre las relaciones institucionales que tuvieron los diarios *La Jornada y Reforma* durante el periodo comprendido entre los 90 y el 2018, se realizaron una serie de entrevistas a integrantes de ambos diarios, que sirvieron para enriquecer la información recabada de manera empírica, dichas entrevistas fueron

hechas en persona durante los meses de enero, febrero y marzo del 2018, en la Ciudad de México. De acuerdo a los objetivos planteados, las preguntas de investigación y las hipótesis se formularon una batería de preguntas que fueron diseñadas y planteadas como se especifica a continuación.

#### **4.5.1.1.- Batería de Preguntas<sup>164</sup>**

La aplicación de las entrevistas fue grabada y forman parte de los anexos de la investigación, las respuestas obtenidas fueron contrastadas, con los objetivos planteados así como la valorización de los argumentos teóricos y metodológicos, principalmente con los modelos de comunicación que se establecieron para su contrastación.

#### **4.5.1.2- ¿Quiénes participan en la entrevista a profundidad?**

**Universo:** Los participantes de la entrevista a profundidad fueron los periodistas y directivos de ambos diarios (*Reforma* y *La Jornada*), y aquellos que reunieron los requisitos de antigüedad laboral en el diario o en el gremio periodístico (20 años), además de ser accesibles. Además de expertos académicos y profesionales en la materia.

**Tipo de muestreo:** Se aplicó el muestreo de informante clave.

**Criterios básicos de selección de participantes:** 1.- Informantes clave según su ámbito en su desempeño profesional. 2.- Fueron un máximo de cinco participantes por cada diario. 3.- Dos académicos y un profesional independiente relacionado con los medios impresos.

#### **4.5.1.3.-Trabajo de campo.**

**Contacto con las unidades de análisis:** Informantes de distintos ámbitos en su desempeño en los diarios *La Jornada* y *Reforma*.

**Registro individual de informantes:** Datos con información en una ficha de registro que incluya los datos anexos.

**Selección del lugar de la realización de la entrevista a profundidad:** Se recomendó ser un espacio sin ruido, cuidando que no hubiera interrupciones (teléfono, tv, paso de personas, etc.).

---

<sup>164</sup> Ver anexos.



#### **4.5.1.4.- Aplicación de la entrevista a profundidad.**

**Detalles de la grabación:** La grabación fue con los elementos tecnológicos necesarios para tal caso.

**Tiempo para la realización de la entrevista en profundidad:** Las entrevistas fueron de media, a una hora aproximadamente.

**Durante la entrevista a profundidad:** Se indicó al entrevistado el tiempo con el que contaba, no se le indujeron respuestas, se le dejó hablar de forma libre sin intervenir lo menos posible. Se le pidió que hablara sobre los temas principales, tratando de redirigir hacia los temas que son los objetivos de la entrevista. Se trató que la entrevista no cansara al entrevistado, buscando que se sintiera confortable y se retomara el tema en el momento más adecuado.

**Posterior a la entrevista:** Terminada la entrevista se hizo la transcripción y procesamiento de la información en el ordenador, tomando las notas comparadas con las del diario de campo, haciendo una reseña de lo encontrado, lo no planeado y lo considerado más relevante, transcribiendo lo más pronto posibles después de la entrevista.

**4.5.1.5.- Análisis de la información:** se hizo un análisis a partir de dos componentes, sintagmáticos y paradigmáticos. Lo que permitió reconstruir analíticamente la realidad social, tomando como referencia el discurso, además de explicar el mapa ideológico de los agentes sociales considerados como unidades de análisis.

#### **4.5.1.6.- Ficha de entrevista.<sup>165</sup>**

---

<sup>165</sup> Ver anexos.

## **Parte II.-**

### **CAPÍTULO V**

#### **TRABAJO DE CAMPO ENTREVISTAS, GRÁFICAS Y CUADRO COMPARATIVO**

##### **5.- Trabajo de campo**

En este capítulo se presentan los resultados que se obtuvieron de las entrevistas a profundidad aplicadas en el trabajo de campo a los directivos y periodistas que trabajan actualmente en los diarios *La Jornada* y *Reforma* durante los meses de febrero y marzo del 2018 en la Ciudad de México.

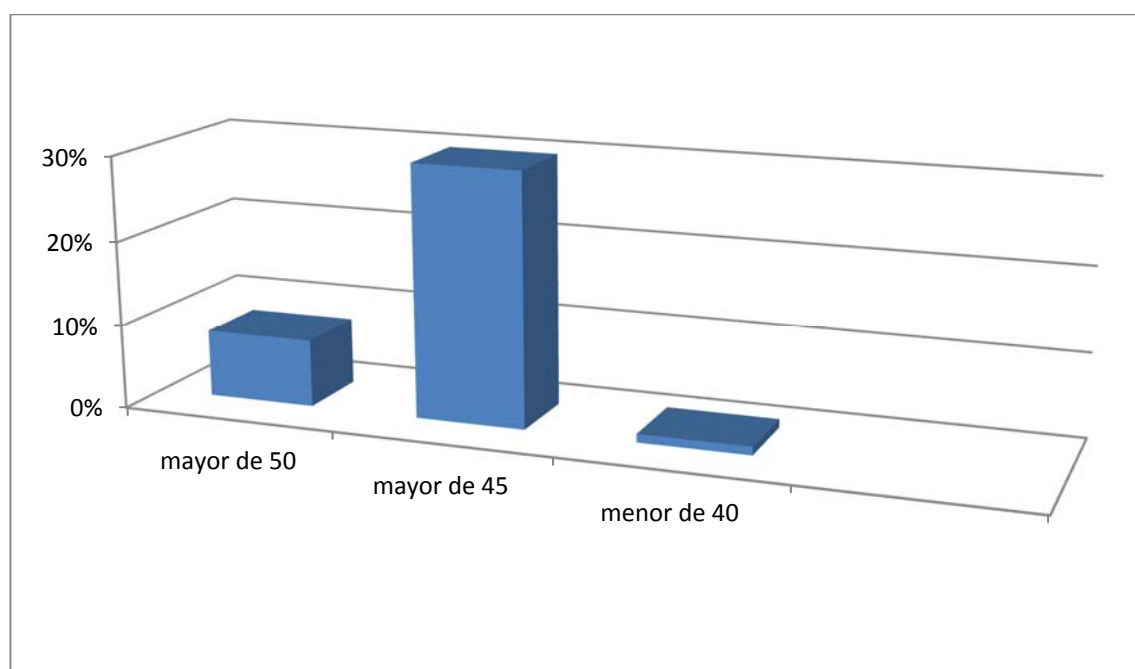
##### **5.1.- Resultados.**

Los resultados de la entrevistas a profundidad que se aplicaron a directivos, y reporteros de *La Jornada* y *Reforma*, en la Ciudad de México, se muestran a continuación.

##### **5.2.- Información general de los entrevistados:**

La edad que se buscó como requisito para ser entrevistado (gráfica 1), fue que deberían de tener más de 20 años en el diario o de experiencia periodística, así como tener un amplia información de los acontecimientos que marcaron la vida social, política y económica en los cuatro últimos sexenios en México. Si se entrevistaba a reporteros y directivos, con menos edad laboral en el diario o en el gremio, podría ocurrir que no tuvieran la información tanto interna, como externa. A nivel directivo existe todavía una mayoría de personas con edad mayor a los 45 años, sin embargo, hay una tendencia a brindar cargos directivos cada vez más a jóvenes con poca experiencia laboral, a partir de su nivel de preparación profesional. Por otra parte, los empleados mayores de 50 años, se vuelven parte del consejo editorial de la empresa, por su conocimiento en la materia, con el objetivo de obtener un mayor rendimiento, tanto en lo laboral como en lo organizacional.

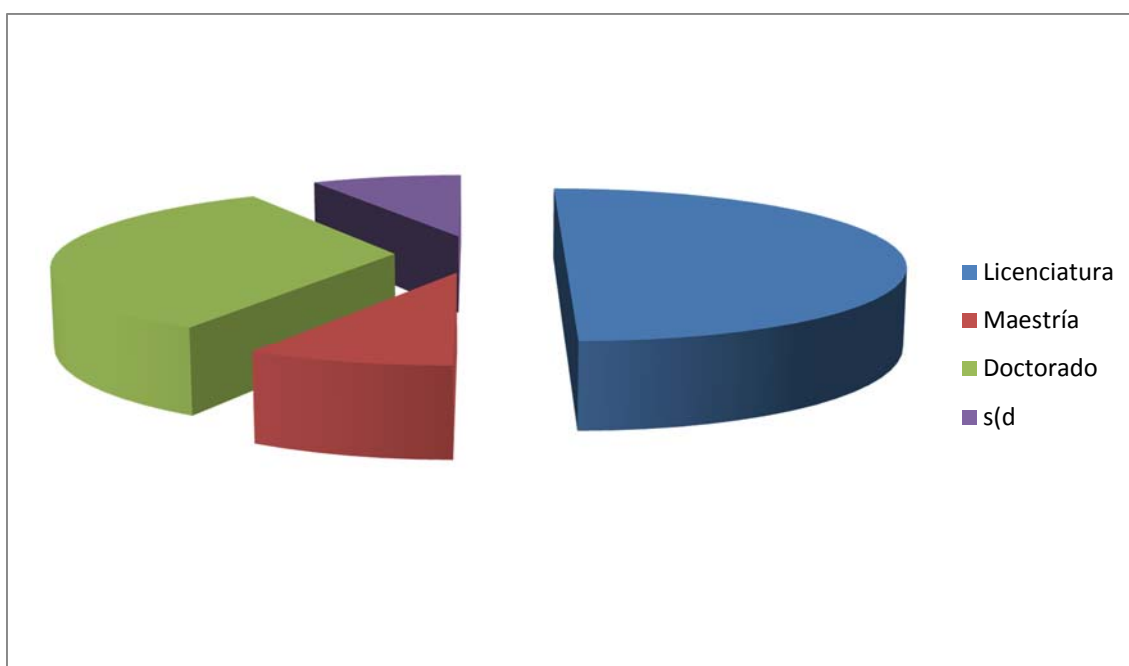
**Gráfica 1.- Edad de los entrevistados.**



Fuente: elaboración propia.

Parte importante era conocer el nivel de estudios de los entrevistados, para poder obtener un perfil educativo como referencia muestral de los dos diarios más importantes de México (*La Jornada y Reforma*), lo que la gráfica 2 muestra, es que la mayor parte de los entrevistados poseen una licenciatura, en un segundo plano doctorado y en un grado menor maestría, lo que nos dice que existe una evolución lenta hacia mayores niveles educativos, en comparación con el nivel educativo que existía hace 30 años, donde los periodistas se hacían en la “calle”, en su ejercicio diario o procedían de carreras truncadas. Hoy se observa que el ingreso de los nuevos periodistas pasa por una capacitación profesional en los centros educativos más importantes del país, UNAM, Politécnico y escuelas de periodismo.

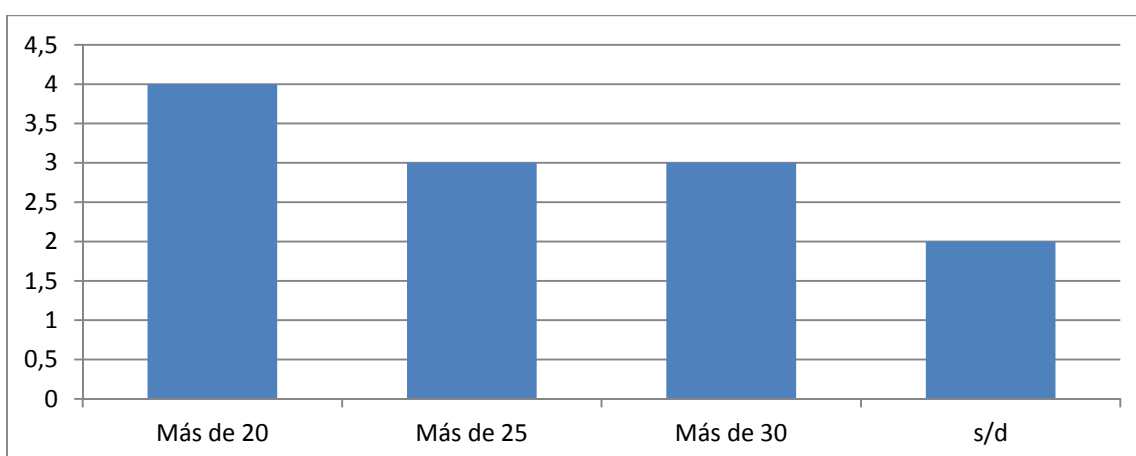
**Gráfica 2.- Nivel de estudios de los entrevistados.**



Fuente: elaboración propia.

Una característica importante dentro del periodismo es que los años laborados en los diarios son pieza importante al momento del análisis sobre diversos temas, la mayor parte de los entrevistados poseen más de 20 años de trabajo periodístico (gráfica 3), lo que significa una profesionalización laboral, además de una estabilidad laboral dentro de su diario. Parte importante de esta estabilidad laboral, es que lo periodistas en estos dos diarios obtienen un salario decoroso, además de múltiples prestaciones a diferencias de otras profesiones y diarios.

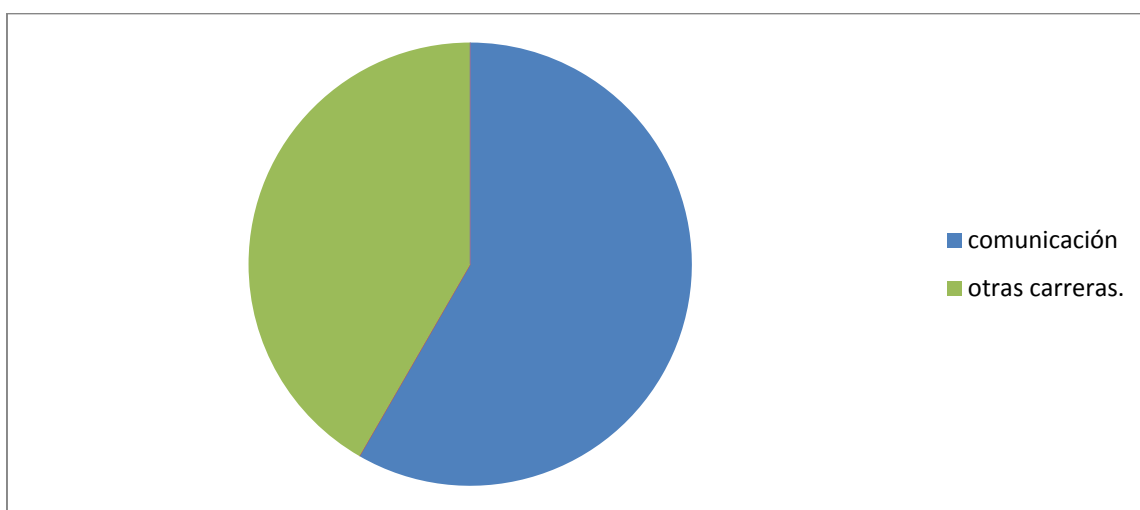
**Gráfica 3.- Años de trabajo periodístico de los entrevistados.**



Fuente elaboración propia.

La mayor parte de los entrevistados en los dos diarios poseen estudios afines a su trabajo profesional (gráfica 4), esto significa que cada vez más hay una relación directa entre los profesionales del periodismo y su perfil educativo. Habiendo también una gama de profesiones que son absorbidos al trabajo periodístico, como abogados e informáticos, el diario *Reforma* desde su origen, posee un taller de redacción periodística para todo aquel que quiera ser parte de su planta laboral como reportero, por lo que se encuentran profesionales de otras carreras aprendiendo el arte de escribir y redactar para un diario.

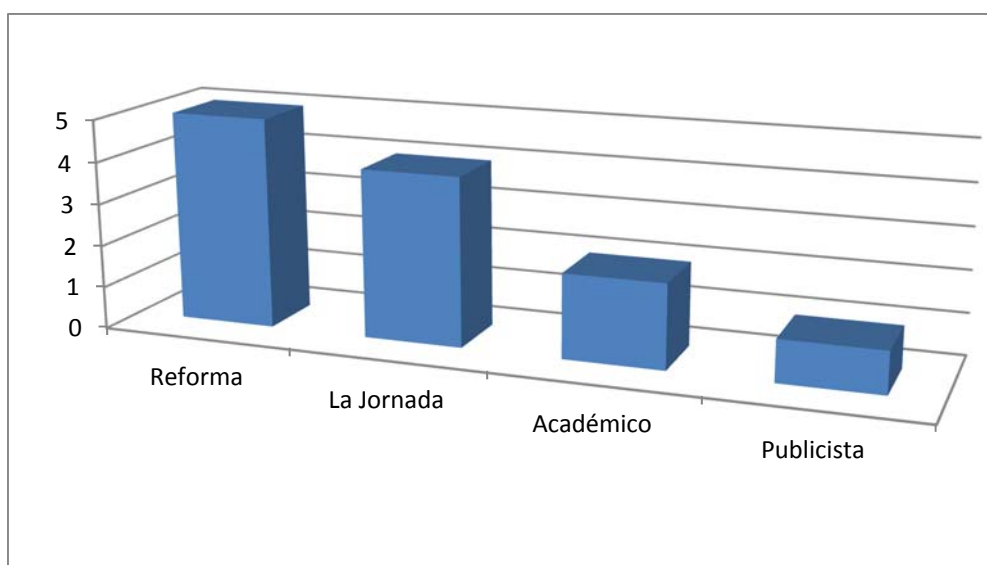
**Gráfica 4.- Perfil educativo de los entrevistados.**



Fuente: elaboración propia.

El número de entrevistados fueron 12 en total, tratando de que hubiera un número similar entre ambos diarios (gráfica 5). Por lo que fueron cinco de *Reforma* y cuatro de *La Jornada*, así como también era importante tener la visión de académicos de renombre ligados al tema periodístico en México, que en este caso fueron dos, así como de un profesional en publicidad independiente experto en la materia, lo que ayudo a tener una perspectiva más amplia del tema desde varias aristas.

**Gráfica 5.- Origen profesional de los entrevistados.**



Fuente: elaboración propia.

#### **5.2.1.-Resumen general del proceso de captura de la información:**

El mes de diciembre del 2017 fue difícil para hacer cualquier tipo de citas para la realización de las entrevistas, ya que se encuentran en fiestas de fin de año, por lo que se decidió iniciar hasta el año siguiente. En enero de 2018 se inició con los contactos personales para triangular las citas para las entrevistas, este mes fue de contactar y buscar personas que pudieran ser accesibles y que reunieran los requisitos planteados en la investigación (mayor de 20 años de periodista o años laborando en ese diario) y que dieran una cita para la entrevista. El mes de febrero finalmente se obtuvieron fechas, no sin antes enviar la batería de preguntas y un resumen del proyecto de investigación a todos los periodistas y contactos en la idea de saber con quién y para qué se estaba buscando hacer una entrevista video grabada, el ambiente político electoral al ser año de la elección para Presidente de la República presentó una desconfianza en el gremio periodístico, aunado a la muerte de 17 periodistas durante 2017 en México. Finalmente las entrevistas se fueron dando con cada uno de los diarios *La Jornada* y *el Reforma*, en un principio *La Jornada* se presentaba más accesible en teoría, sin embargo, fue la de más difícil acceso a la información, una posible respuesta es la reciente huelga a mediados del año pasado en el 2017, que tuvo lugar en sus instalaciones por sus empleados, donde la situación laboral de su trabajo pasa por una crisis delicada económicamente por parte del periódico. El conflicto tuvo grandes repercusiones al

interior del diario lo que generó una polarización dentro sus trabajadores y directiva de *La Jornada*.

La situación del conflicto laboral dentro del *La Jornada* hoy en día está en una demanda por despido y violación al contrato colectivo del trabajo y prestaciones que se tenían como parte de sus servicios como reporteros, eso generó que en las respuestas en sus entrevistas tuvieran una gran diferencia de quien estaba favor o en contra de la huelga y como veían el funcionamiento de *La Jornada* como empresa informativa. Por otra parte, el diario *Reforma* por su imagen y perfil en teoría, se pensó que sería más difícil de contactar a los directivos, sin embargo; fue una directiva/reportera a través de un email personal que ayudó y facilitó las fechas para las entrevistas con los encargados de los temas que exigía la investigación, así como con su propio Director General, no sin antes consultarlo con los directivos del Grupo Reforma en Monterrey. A diferencia de *La Jornada*, el edificio del *Reforma* en sí, determina la solvencia del mismo, el ambiente de orden y la división profesional entre lo comercial y lo editorial se respira desde la puerta hasta que llegas con la persona indicada, hay que recordar que *La Jornada* fue fundada en 1984 mientras que el *Reforma* fue en 1994.

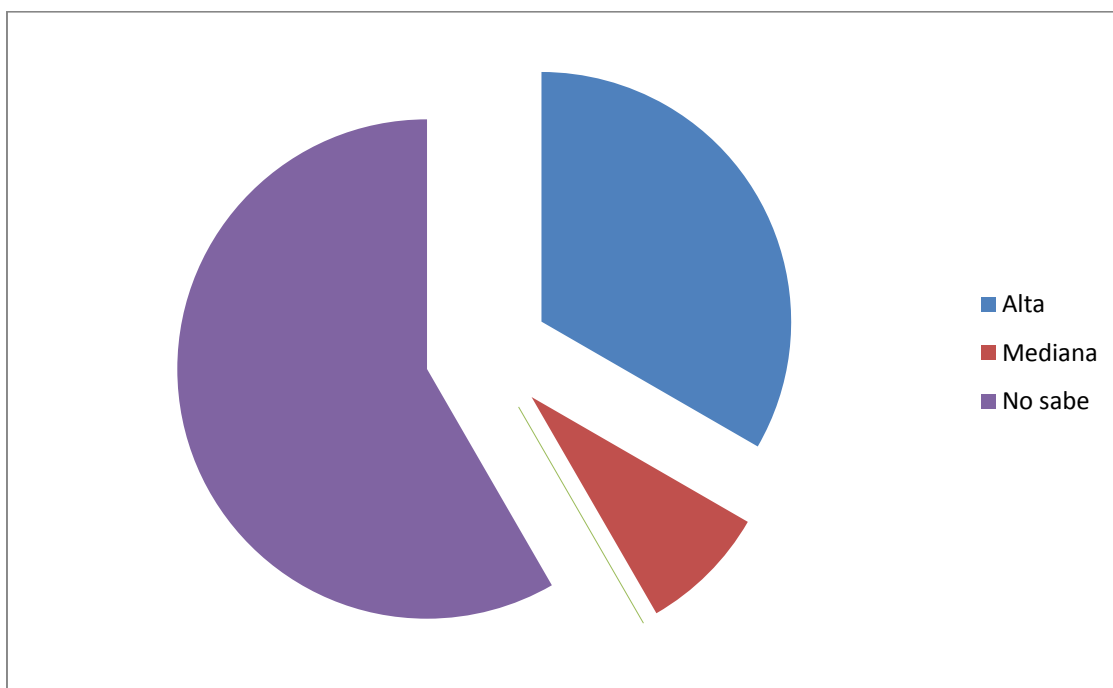
Para el primero de marzo se había conseguido hacer las entrevistas, que en total fueron 15 personas las contactadas de las cuales solo 12 fueron las que se logró realizar dichas grabaciones. Dos grabaciones fueron eliminadas por no lograr los fines planteados y una más por no acceder a dicha entrevista en el momento de llevarla a cabo. La percepción de ambos diarios en teoría se contrasta con la realidad, mientras que uno se percibe como imparcial y democrático ( *La Jornada*), el otro el ( *Reforma* ), se veía como elitista y conservador; sin embargo, la realidad es que esta percepción esta cruzada, el que antes ( *La Jornada* ) abanderaba luchas sociales, hoy las combate con el apoyo del Gobierno de la Ciudad de México (durante el periodo de Mancera, el caso de huelga de la empresa), en contra de sus propios trabajadores, mientras que *Reforma*, posee una estabilidad económica, laboral, lo que genera una imagen de confianza en el producto que elaboran a la sociedad.

### **5.3.- Desarrollo económico del medio impreso.**

En el primer bloque de preguntas a los directivos, reporteros y académicos, se deriva de conocer, más allá de los datos cuantitativos conocer la percepción sobre el costo de inversión para la instalación de un diario en la actualidad (gráfica 6), hubo una

polarización de respuestas, en las que estaban que el costo era muy alto e incuantificable en millones de dólares, así como también el desconocimiento a partir de los nuevos insumos que se necesitan para iniciar un empresa periodística. La creación de nuevos diarios de gran tirada en México se comprende si estos tenían el apoyo gubernamental y el capital financiero para desarrollar una empresa periodística de gran alcance, los cuales se dieron a principios y a finales del siglo XX; habría que considerar el cambio hacia las nuevas tecnología donde se ha evolucionado como los portales informativos, tanto de los mismos diarios como de una nueva oleada de páginas electrónicas que brindan el mismo producto pero con menor costo.

**Gráfica 6.- Percepción del costo económico para crear un medio impreso.**



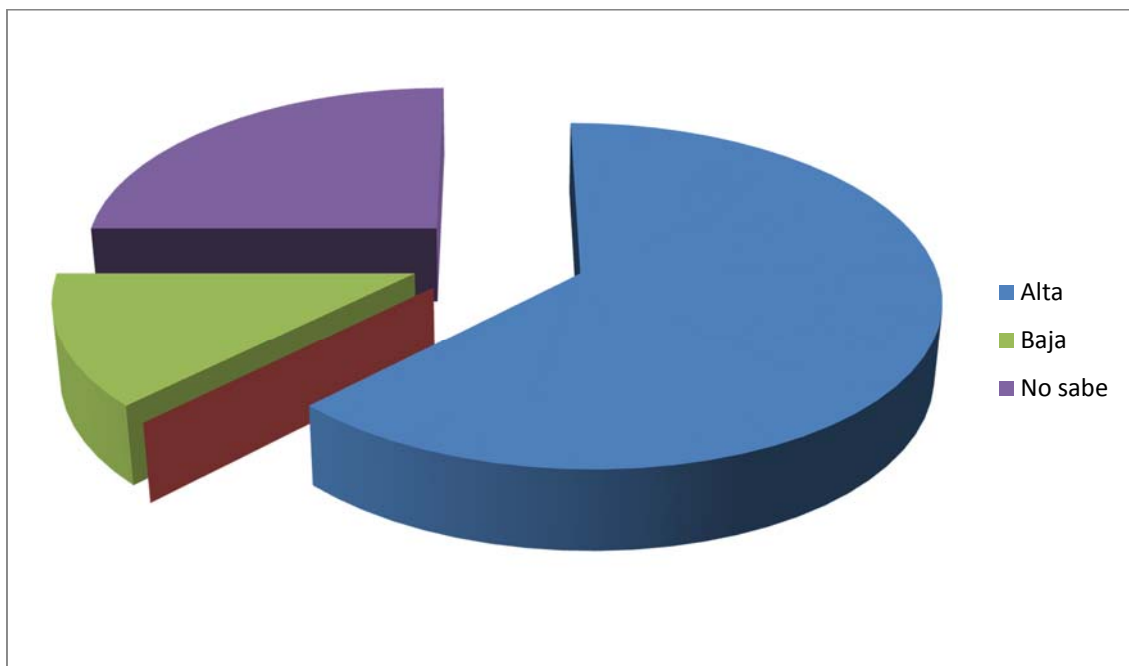
Fuente: elaboración propia.

La siguiente imagen (gráfica 7), muestra la percepción de ventas y difusión de la prensa escrita durante las tres últimas décadas, donde se obtienen altas ventas y un crecimiento exponencial en ambos diarios por diversas causas; la crisis del régimen hegemónico del Partido Revolucionario Institucional (PRI), el terremoto de 1985 en la capital del país, un fenómeno natural que descubrió la ineficacia del Estado en situaciones de esta magnitud y dos sucesos que se presentaron al mismo tiempo y que implicaba atención nacional y extranjera por sus alcances económicos y sociales: el TLC y el levantamiento armado del EZLN en las selvas del estado sureño de Chiapas. Estas variables beneficiaron en cuanto a ventas y difusión tanto del diario *Reforma*,



como de *La Jornada*, hasta el 2005-2008, donde se vino un decrecimiento en cuanto a ventas y lectores en papel periódico y el advenimiento de las nuevas tecnologías como el internet, donde aparecía un nuevo lector.

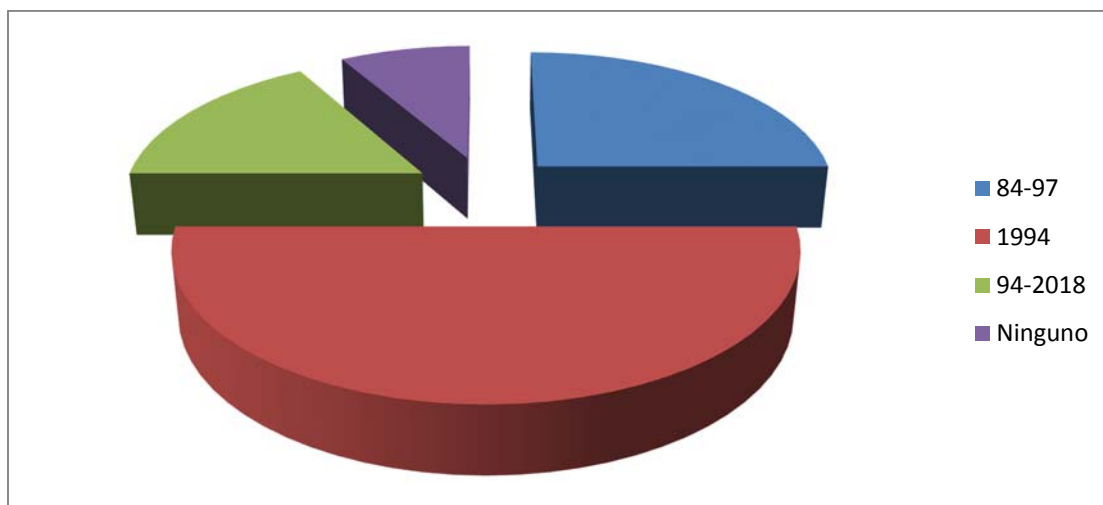
**Gráfica 7.- Percepción del crecimiento en cuanto a ventas y difusión de la prensa durante: 1994-2018.**



Fuente: elaboración propia.

La siguiente imagen (gráfica 8), muestra los periodos donde ambos diarios obtuvieron mayores ganancias económicas, podemos observar que los beneficios en ventas coincide casualmente con coyunturas específicas que se presentaron durante esos periodos: El terremoto del 1995 en la Ciudad de México, la aparición del EZLN, el TLC, el aumento del servicio en telefonía celular y su correspondiente publicidad, el asesinato del candidato a la presidencia por el PRI Luis Donaldo Colosio Murrieta y un aumento en la publicidad oficial. El lector promedio se encuentra focalizado en universidades, centros culturales y grupos económicos, la gran mayoría se percibe como lectores coyunturales y no permanentes.

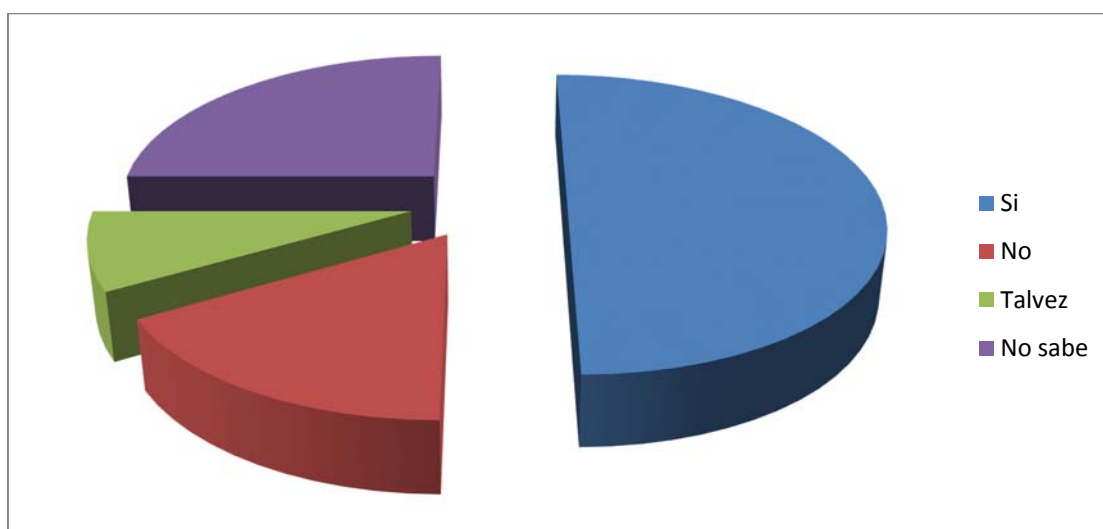
**Gráfica 8.- Periodo con mayores beneficios económicos para ambos diarios.**



Fuente: elaboración propia.

Según los resultados de las entrevistas, la postura o visión ideológica en un diario en México tiene connotaciones políticas hacia tal o cual partido de acuerdo a sus filias editoriales (gráfica 9), no hay una declaración abierta, pero si tácita sobre las inclinaciones sobre determinado modelo o visión social. Existe la percepción que se debe de ser un periodismo imparcial y no tomar posturas ideológicas, sin embargo; también existe una defensa en lo personal por defender una ideológica u otra, pero siempre el diario antepondrá que no comparte la opinión de sus colaboradores, en un ejercicio de neutralidad profesional.

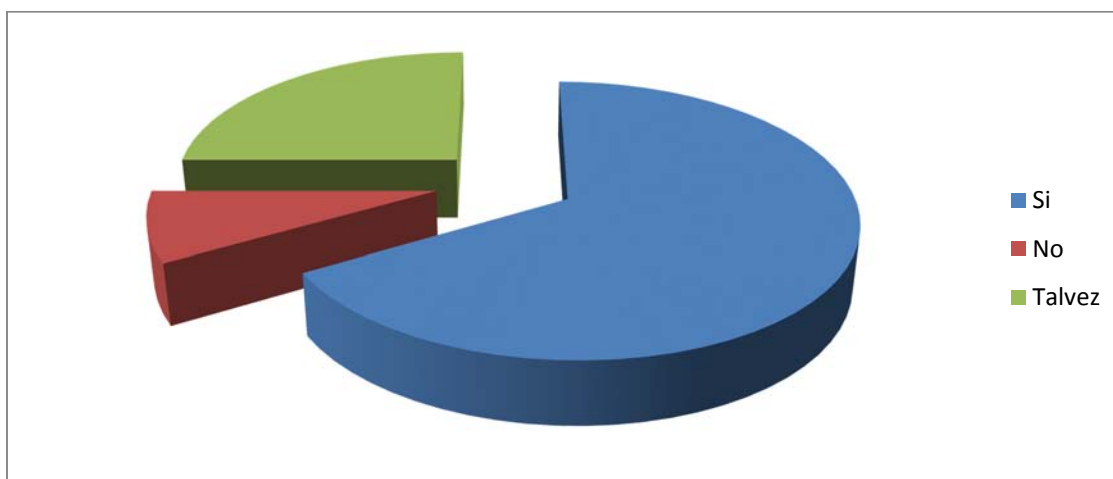
**Gráfica 9.- ¿Se puede desarrollar profesionalmente un periódico sin seguir ideologías o modelos económicos en México?**



Fuente: elaboración propia.

La siguiente gráfica 10, muestra que el periodismo en México tiene una clara connotación económica, si no se vende no se influye, existe un periodismo que está más preocupado en sus ventas que su editorial, el periodo comprendido en esta investigación describe como antes existían una subvención por parte del Gobierno Federal a la prensa escrita, pero durante los siguientes dos décadas (90-2000), hubo una separación del Gobierno en cuanto a publicidad, para regresar actualmente (2012-2018) a tener una mayor publicidad oficial principalmente en *La Jornada*, lo que se percibe como una disminución en sus credibilidad profesional al lector.

**Gráfica 10.- ¿El desarrollo económico de un diario determina su influencia política y social?**

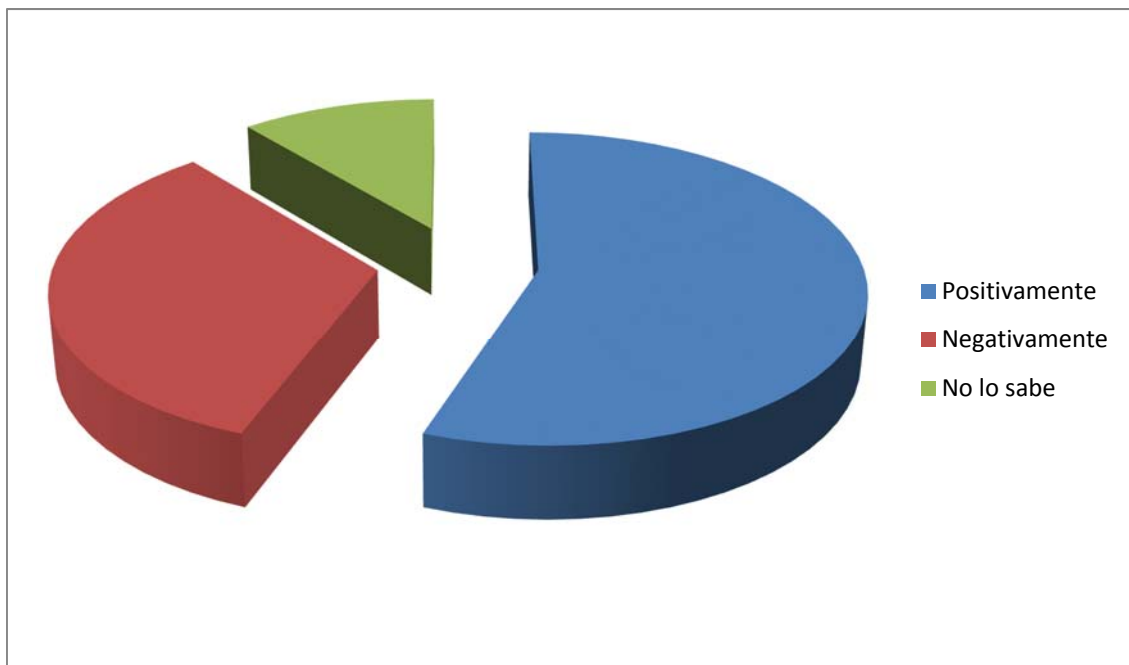


Fuente: elaboración propia.

La gráfica 11 muestra tres formas de percibir como las nuevas tecnologías han impactado a los diarios tradicionales, la mayoría percibe que la globalización ha sido positiva económicamente puesto que se pueden adquirir más baratos los insumos que se necesitan para la producción del diario, empezando por el papel que antes del TLC, el Gobierno controlaba su venta, lo que significaba un control a discreción de sus medios afines a su políticas, así como también la posibilidad de ampliar su oferta publicitaria en otros sectores nacionales y extranjeros Sin embargo, lo opuesto seria que pocos medios han apostado a la modernidad tecnológica y ven como sus lectores han ido dejando de leer en papel, para solo utilizar las plataformas electrónicas, así como también el desconocimiento y la inexistencia de un modelo intermedio que pueda absorber económicamente a los internautas, sin que se tenga que pagar por acceder a la información que se brinda en las plataformas de manera gratuita. La prensa en México

no ha aprovechado hasta ahora las ventajas y oportunidades de ampliar su mercado, al costarle dejar atrás el viejo modelo tradicional de lectores de papel.

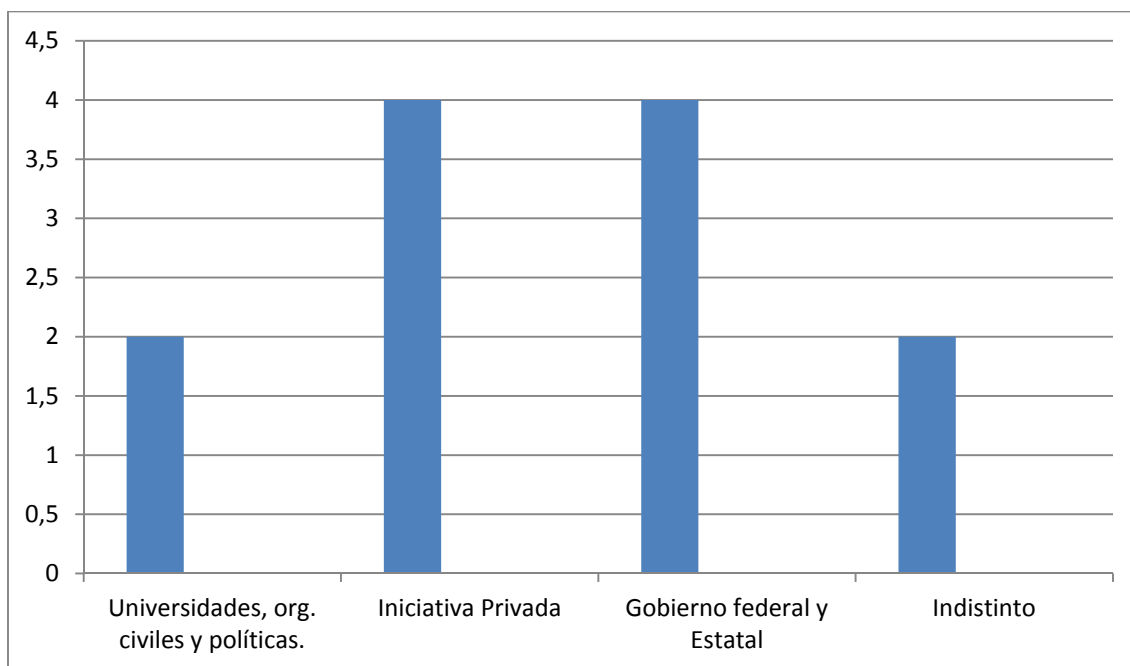
**Gráfica 11.- Percepción de los efectos de la globalización en la prensa en México.**



Fuente: elaboración propia.

La siguiente (gráfica 12), muestra datos muy parecidos entre sí, existen dos ámbitos de preferencia de donde se obtienen los recursos de venta y publicidad que hacen posible la manutención y sostenimiento de los diarios: el sector público y privado. Sin embargo, existe en el caso específico del diario *Reforma* una norma que le impide tener más del 7 % de publicidad gubernamental al día, por lo que su sector preponderante es el sector privado (agencias de automóviles, bancos, telefonía celular, etc.); mientras que *La Jornada* su sector de beneficios económicos se reparte entre universidades, organismo civiles, partidos políticos, no obstante el mayor sector de donde se obtiene beneficios por concepto de publicidad proviene del Gobierno Federal y Estatal. Existe también una percepción en ambos diarios que no hay sectores privilegiados, esto podría suponer, el que no se le etiquete con algún sector social en específico.

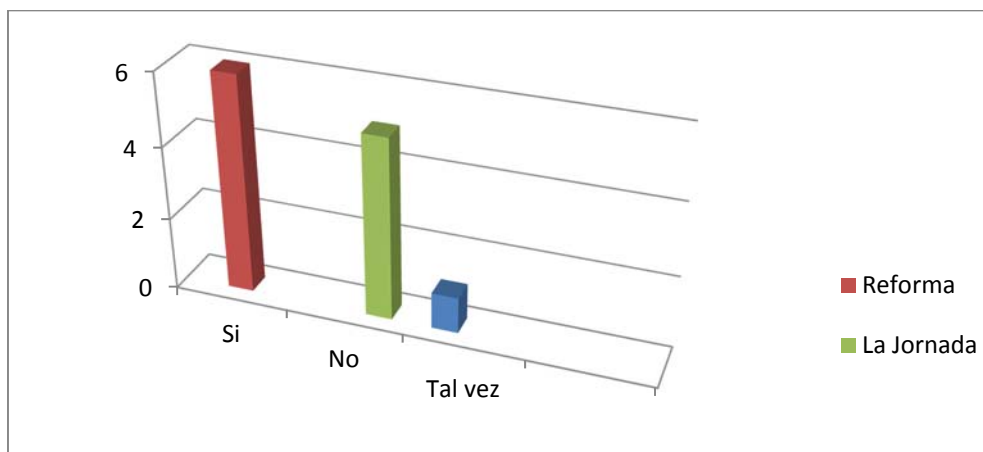
**Gráfica 12.- ¿Cuál es el sector o mercado de la sociedad donde se obtienen mayores beneficios en cuanto a ventas?**



Fuente: elaboración propia.

El apoyo gubernamental a los diarios en México posee características de acuerdo los distintos niveles de Gobierno (gráfica 13), es decir, puede ser utilizado por gobiernos locales o federales, tanto de un partido como de otro sin distinción. La participación económica en publicidad en los últimos dos sexenios ha sido la más alta que en décadas pasadas, no existe una ley que reglamente el uso de publicidad oficial, lo que afecta directamente la credibilidad del diario; aun así existen ejemplos de que se puede lograr ambas cosas: *Noroeste* en Sinaloa por ejemplo.

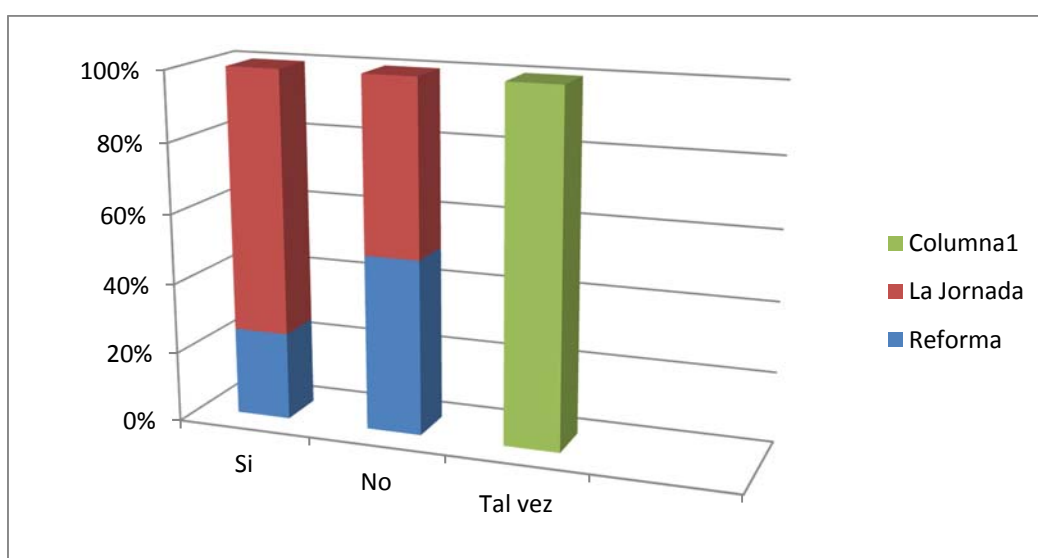
**Gráfica 13.- ¿Se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?**



Fuente: elaboración propia.

La gráfica abajo (14), describe como se percibe la importancia de tener una editorial neutral y objetiva bajo la idea de no estar comprometidos con ninguna idea política, sin embargo, existen posiciones muy definidas, por una parte se pretende imitar a los diarios norteamericanos que claramente se definen hacia uno de los dos partidos existentes y por otra parte, la aceptación de que es difícil no tomar postura ideológica hacia un partido o causa política, asumiendo en su editorial una crítica más matizada hacia las políticas públicas del actual régimen. La respuesta tiene una relación tácita con la gráfica 13.-, acerca del nivel de publicidad que podría estar recibiendo por parte del Gobierno Federal en su caso.

**Gráfica 14.- ¿La definición ideológica de un diario supone un crecimiento en sus ventas?**



Fuente: elaboración propia.

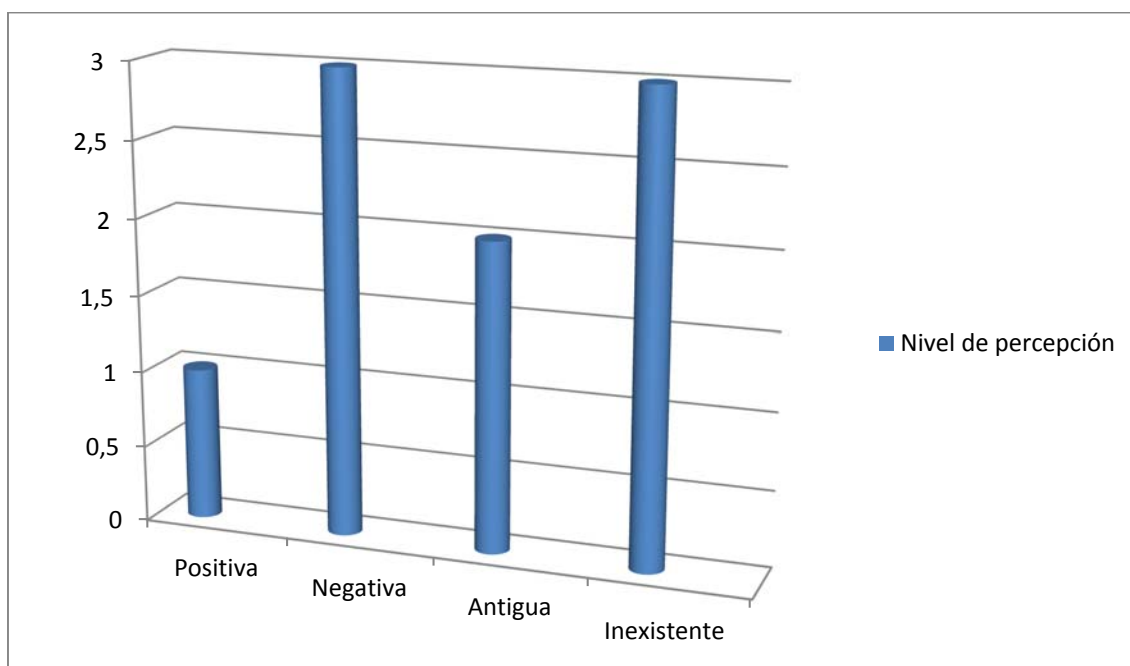
#### **5.4.- Estructura legal de los medios impresos.**

Es imposible no relacionar el marco legal con los medios de comunicación y especialmente en la prensa escrita, en México este paralelismo legal y medios tienen características que describen desde una regulación histórica como el marco jurídico de la prensa y su desarrollo sociocultural a lo largo del anterior siglo y de lo que va del presente. A continuación se muestra una serie de gráficas que nos presenta visualmente las percepciones sobre la prensa y el marco legal, luego se describirá en otro capítulo con mayor profundidad en su análisis del modelo respectivo. Estas relaciones pueden variar de manera significativa, mostrando grados de paralelismo con los otros elementos del sistema político: partidos políticos, Estado y sistema económico. En México se

pueden distinguir distintos modelos de normas jurídicas y legales de acuerdo al momento histórico y su intrincada relación con el Gobierno Presidencial en turno. En las gráficas siguientes vemos la relación con respecto al marco legal y su correspondencia con los otros elementos del sistema: políticas, profesionales, económicos y gubernamentales.

La percepción entre negativa e inexistente se suma con la antigua la ley de imprenta que corresponde a los artículos de la Constitución 6º y 7º, la ley data desde principios del siglo pasado, mismas que se mantiene igual con algunas modificaciones sustanciales pero negativas al gremio periodístico (gráfica 15), el referente legal es que existe una ley de transparencia informativa, pero esta no es privativa de los medios de información, sino de la instituciones públicas, así como diversas leyes y normas jurídicas de índole comercial que las relacionan como una empresa financiera cualquiera.

**Gráfica 15.- Percepción del marco legal que existe en México en cuanto al periodismo.**

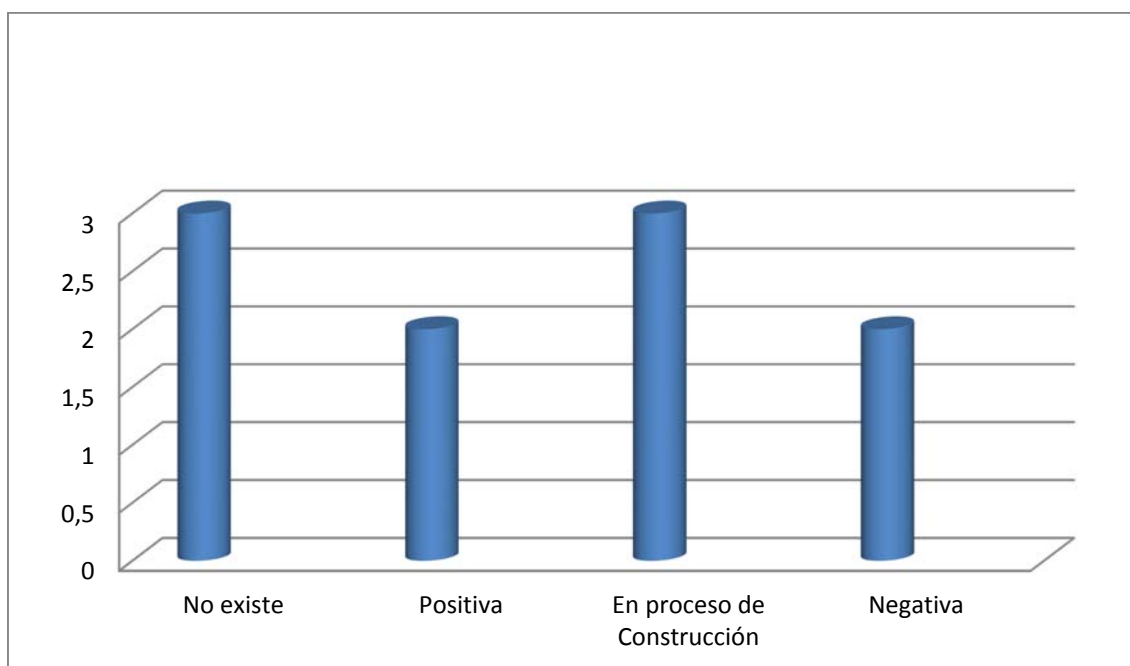


Fuente: elaboración propia.

La percepción de inexistencia es que no hay una ley propiamente dicha en esos términos, la Ley de Imprenta data desde 1917 y el art 6º y 7º Constitucional, también derivada de la ley de imprenta se crea la Ley Reglamentaria del Derecho de Réplica en el 2015 (gráfica 16). Así como diversas leyes de tipo mercantil comunes en las

organizaciones que tienen que ver con la prestación de servicios informativos, Sin embargo, existe una percepción de indefensión ante las grandes empresas o políticos poderosos que se sienten agraviados por alguna nota que no les favorece. Lo que deja vulnerable al periodista en si por no tener una ley que lo proteja de manera clara y efectiva durante su proceso jurídico. Existe en el caso de *Reforma* la protección de sus notas informativas como una obra sobre los derechos de autor, considerada como una obra literaria. Se elimina la penalización y desaparece la figura de calumnia, difamación o injurias en el código penal y se van a la parte civil, esto sucede por lo menos en la Ciudad de México y en el ámbito federal, no en todos los estados de la República, cada estado tiene sus propias normativas, por lo menos en la capital sí.

**Gráfica 16.-Percepción sobre la protección legal para el periodista en México.**



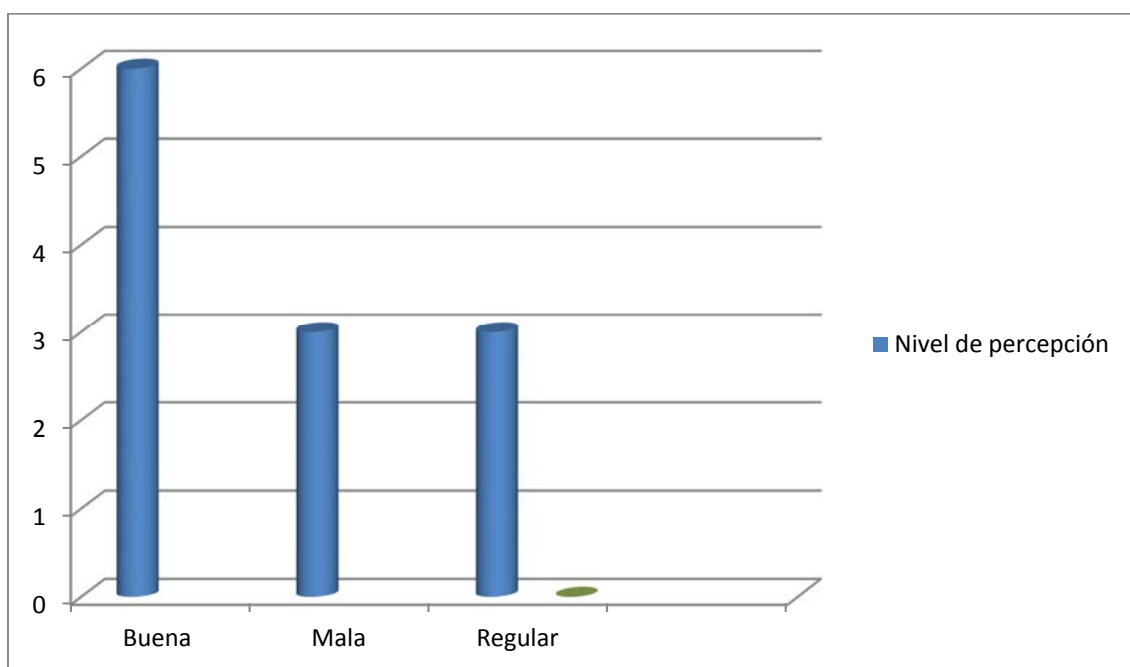
Fuente: elaboración propia.

La gráfica 17 muestra que hay una imagen positiva del uso de la libertad de expresión en el ámbito periodístico a nivel internacional, esto debido a la apertura en los medios a partir de los 90; sin embargo, existe cierto matiz de censura cuando se critica o se afecta a una autoridad de Gobierno ya sea de ámbito Federal o Estatal, se habla con mesura ya que algunos personajes no quieren que se den a conocer cierta información y esto ha tenido como resultado la violación de la vida o la afectación de la integridad en muchos periodistas por factores bien gubernamentales o del crimen organizado, evidentemente la obligación del Estado es garantizar que esto no suceda, aún cuando



esta obligación del Estado no se cumple, se han creado acuerdos de protocolos de seguridad. No existe una regulación clara ni homogénea a nivel nacional, la ley existe pero no se aplica como debería por el Gobierno, existe desde hace 12 años una fiscalía de atención especializada sobre delitos a periodistas en el ámbito Federal y Estatal en algunos estados, pero no se ha logrado consignar a ninguna persona, a pesar de tener varios años y gastado cientos de millones de pesos, esto significa que sirve de cara a la opinión pública internacional y a la nacional, generar un sentido de seguridad psicológica, pero no de seguridad real.

**Gráfica 17.- Percepción sobre la libertad de Expresión que tiene México con respecto a los países democráticos occidentales.**

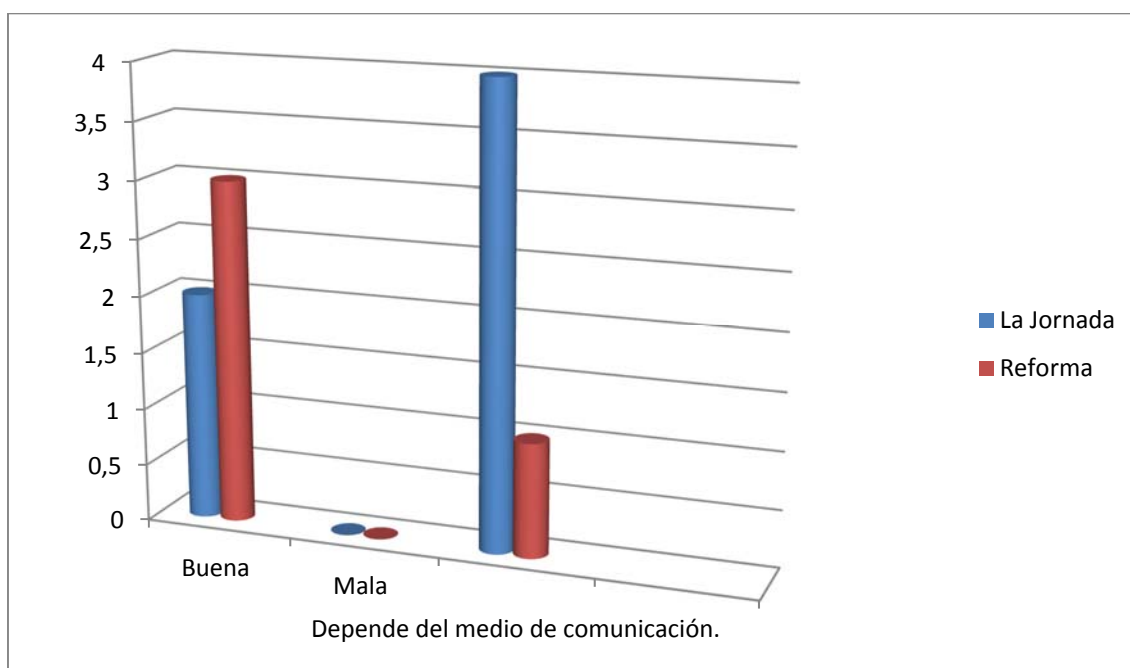


Fuente: elaboración propia.

Ambos diarios consideran que la libertad de expresión es buena (gráfica 18), al momento de que pueden hablar o escribir cualquier cosa, existe la libertad de decir, criticar o dibujar en la prensa sobre cualquier tema, sin embargo, al mismo tiempo consideran que hay que decir las cosas con cierta medida cuando se critica a alguien que tiene un poder político o económico, lo que se conoce como autocensura. Existen ciertos medios donde se puede expresar con más fuerza que otros dentro de la radio o la televisión; esto por el apoyo económico de la empresa a quien pertenecen. Desde la década de los 90 hasta la actualidad ha ido evolucionando la libertad de expresión en la prensa escrita, aunque existen todavía resistencias y ataques de parte del sistema

político y grupos de poder no solo a nivel Federal sino Municipal también, donde se han presentado violaciones a los derechos humanos de los periodistas sin la atención del Estado.

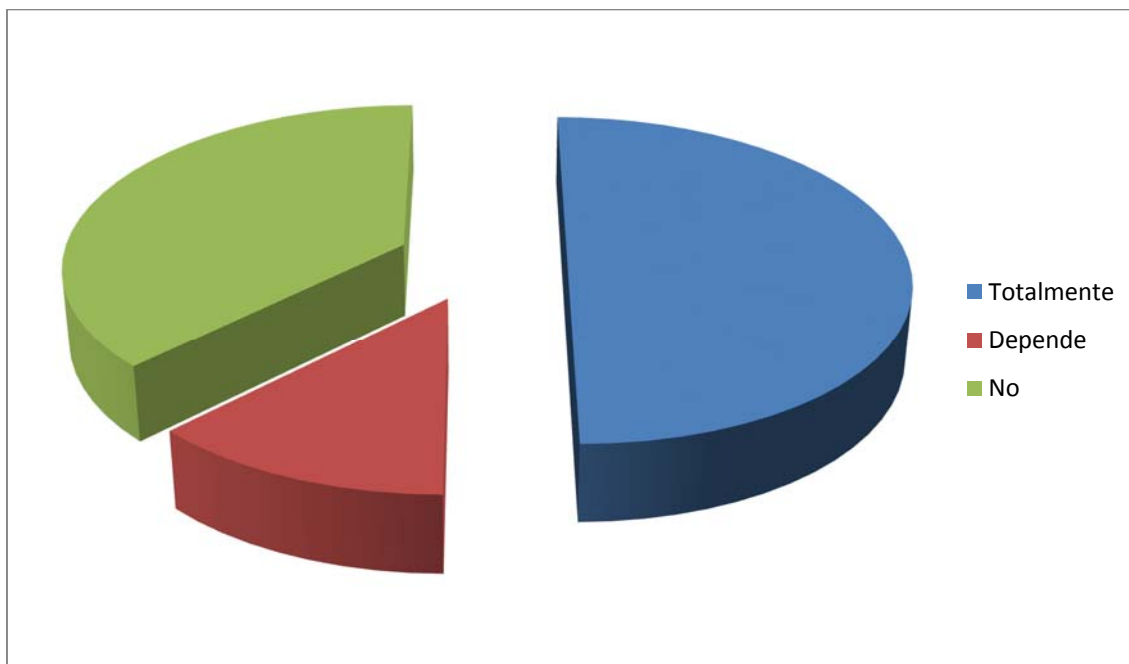
**Gráfica 18.- Manejo de la libertad de Expresión por la prensa en las últimas tres décadas.**



Fuente: elaboración propia.

Es evidente la influencia en las empresas editoriales, existe una narrativa que permea otras áreas económicas, es decir; pero no solo en ellas, sino en todos aquellos grandes conglomerados comerciales vinculados con los medios que han sufrido cambios en su sistema laboral por el modelo económico neoliberal, las contrataciones a través del *outsourcing* han modificado el contrato directo que se tenía con la empresa, ahora pasan a ser empleados subcontratados para ciertas tareas y tiempo determinado. Por otra parte se observa en la (gráfica 19), que aunque haya un cambio económico nacional e internacional, el modelo legal de las empresas editoriales no ha sufrido cambio alguno en lo general y solo en algunos casos como *Reforma* y *La Jornada* ha modificado algunos aspectos en sus reglamentos laborales. Finalmente el modelo económico no tiene que ser malo *per se*, es el nivel de corrupción que existe al interior del sistema que hace que no se obtengan los beneficios o queden islas legales que no han sido del todo claras en sus ámbitos periodísticos.

**Gráfica 19.- ¿El modelo económico imperante determina las directrices legales en la prensa escrita?**



Fuente: elaboración propia.

### **5.5.- Ética profesional de los medios impresos.**

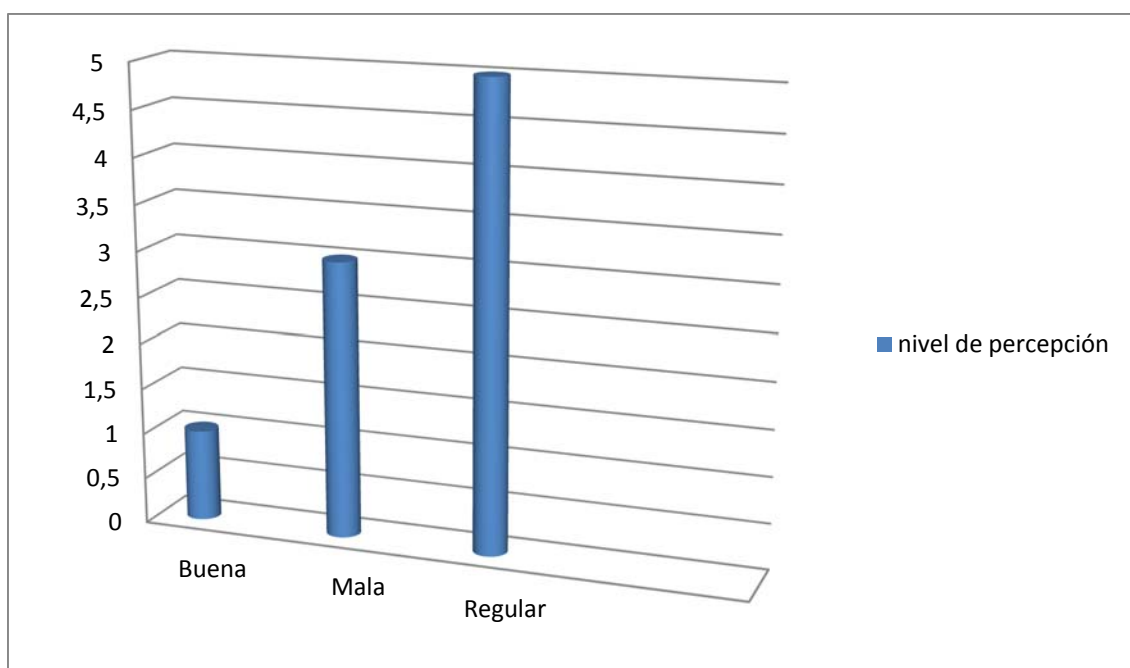
La profesionalización laboral proviene de la ética liberal de profesiones como la medicina y el derecho, estos tipos ideales de profesiones con ética liberal, determinan que tanto se alejan o se acercan de acuerdo a sus resultados obtenidos en lo laboral y lo moral; el periodismo sin embargo, no posee estas características ideales de ética liberal o se aleja bastante por así decirlo, de acuerdo a un criterio o doctrina que se adquiere a lo largo del tiempo. Esta limitación perceptual hace del periodismo una profesión que en la actualidad posea diversos métodos educativos para poder ejercer su profesión (talleres de redacción, licenciaturas de comunicación o afines, diplomados o posgrados etc.), los cuales podrán ser los medios para acceder a las editoriales y cobrar por ello.

Esta institucionalidad profesional es cada vez más normal en el periodismo, tomando relevancia a nivel social, sin embargo; en México esto no significa una relación directa entre ética y autonomía profesional, lo que significa que existen diversos valores que convergen en el periodismo y su ámbito laboral en comparación con otras visiones éticas del periodismo en el mundo occidental. En los Estados Unidos no hay una preponderancia hacia los licenciados en comunicación periodística para el ingreso profesional a los medios, en Europa existe más licencias de periodismo en

España que en Alemania, pero no significa que exista un mejor periodismo, por ejemplo, contradictoriamente es Italia que posee un examen profesional para ejercer la profesión, todo esto no significa que exista una relación directa con el nivel de ética profesional en sus ámbitos periodísticos. Dentro de este esquema de visiones sobre la profesionalización del periodismo, podemos diferenciar un abanico de roles dentro de los medios como, reporteros, directivos y trabajadores de los nuevos medios de comunicación digitales o electrónicos en comparación con el periodista de calle y de papel. En México se pueden distinguir una ética profesional endogámica, es decir; que proviene de un mismo sistema cultural y político de acuerdo al momento histórico y su intrincada relación con el Gobierno Presidencial en turno. A continuación se presenta una serie de gráficas con respecto a la percepción sobre la ética profesional del periodismo en México y su relación con los otros elementos del sistema: políticos, económicos y gubernamentales.

La percepción ética de los periodistas en México tiene una imagen hacia una tendencia mayormente negativa (gráfica 20), aun cuando consideran que hay buenos y malos periodistas, o que poco a poco han ido dejando viejas pautas históricas y culturales de beneficio por sus publicaciones en determinados medios. La imagen de un periodista con un bajo salario influye mucho en la percepción de manipulación, la inexistencia en su mayoría de códigos de ética profesional en los diarios, así como una soberbia histórica en contra de una regulación o código general de ética profesional, hace difícil que se dé una ética profesional homogénea y de calidad al interior del sistema de medios de comunicación principalmente en la prensa escrita. Aún así, cada vez la educación se convierte en la mayor forma de ingresar a los medios de comunicación y los diarios a través de una carrera profesional, lo que sirve o posibilita que exista una nueva forma de ejercer el periodismo, aun contra un sistema cultural que no percibe la profesionalización como un valor determinante en su desarrollo cultural.

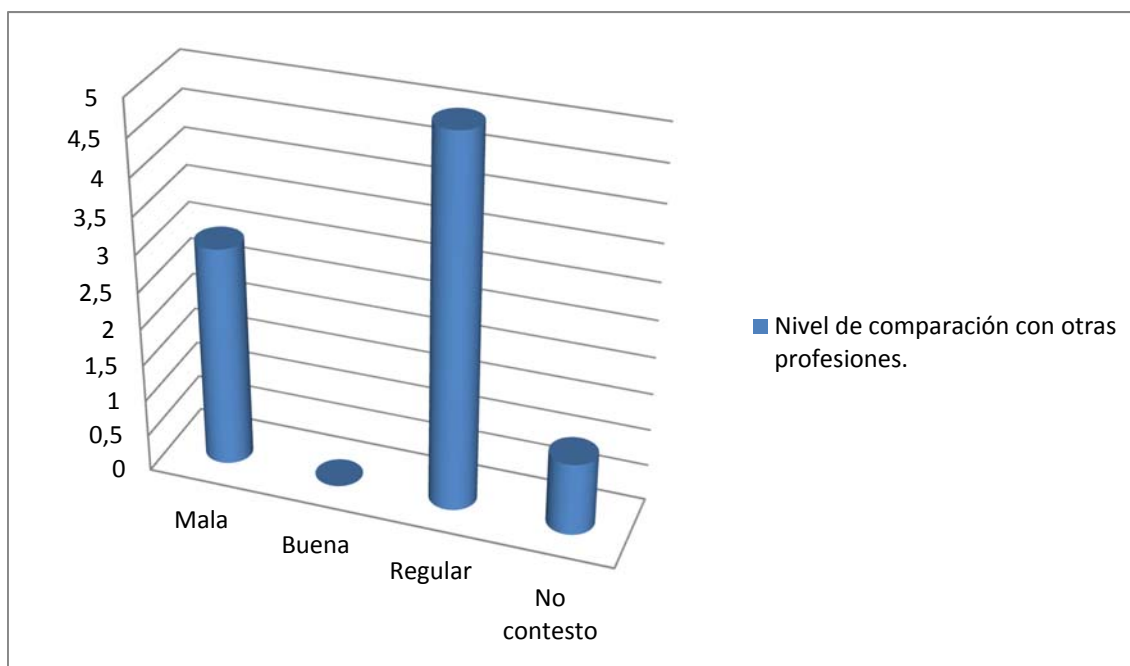
**Gráfica 20.- Percepción sobre la ética profesional del periodismo en México.**



Fuente: elaboración propia.

La percepción de la labor del periodista es negativa con respecto a otras profesiones aunque no llega a ser considerada como buena (gráfica 21), tampoco está entre las peores, sin embargo; existe una amplia serie de respuestas al respecto: una cultura de recibir dinero de políticos, la corrupción ética del gremio por cuestiones económicas, un incipiente proceso educativo para ejercer el periodismo con profesionalidad, así como una fuerte relación histórica de gobiernos federales en turno ligados con figuras del periodismo que se volvieron portavoces del mismo, en la actualidad existen dos consideraciones adicionales, la relación con el crimen organizado y con los gobiernos estatales y municipales. Todo lo anterior, más un aumento de críticas en las redes sociales a periodistas y comunicadores de radio y televisión, por su opinión sobre tal o cual político, todo ello ha ido generando que la imagen del periodistas nade contra corriente.

**Gráfica 21.- Percepción de los periodistas en México en comparación con otras profesiones.**

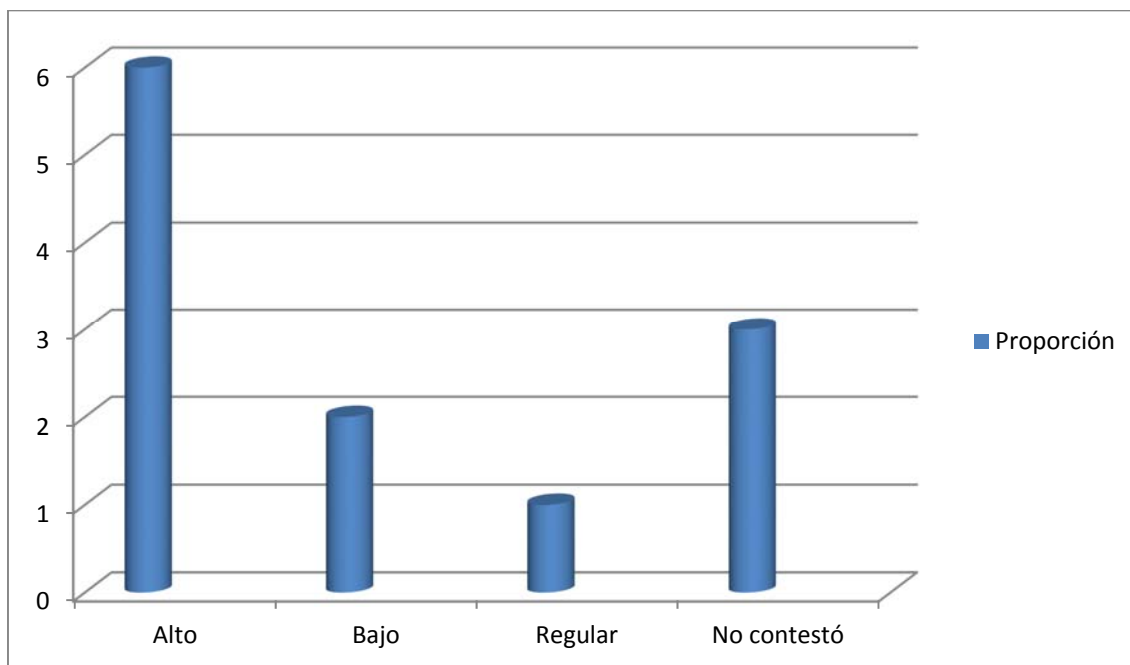


Fuente: elaboración propia.

La proporción entre educación y profesionalismo en el periodismo ha tenido un aumento en las dos últimas décadas (gráfica 22), todavía en los 80 existía una proporción mínima de periodistas con estudios contra los periodistas hechos en la calle en el día a día, actualmente existe una alta producción en las universidades públicas y privadas de jóvenes periodistas con estudios en comunicación que son contratados por los diarios más importantes así como por supuesto por *La Jornada* y *Reforma*, el cual este último diario tiene su propio filtro de contratación de periodistas a través de un curso taller donde se les adiestra específicamente en los puntos de redacción periodística así como los de ética profesional. Por otra parte, se tiene una percepción que la educación no necesariamente les da una profesionalización en su actividad, es decir; aun cuando poseen estudios no tienen la ética profesional de un periodista *per se*, esto imagen va cambiando poco a poco, pero sigue existiendo una idea que el bajo salario determina su profesionalismo. Ya es cada vez más difícil encontrar reporteros que vendan publicidad dentro del mismo periódico, como es el caso del diario *Reforma* que tiene separada físicamente su área de comercial con la de redacción, por lo cual no existe un conocimiento de marcas o empresas, al momento de redactar una nota crítica sobre las mismas; sin embargo, el salario bajo presenta una serie situaciones que pueden

ser motivos de compra de espacios o menciones en las columnas periodísticas por parte de políticos o empresarios.

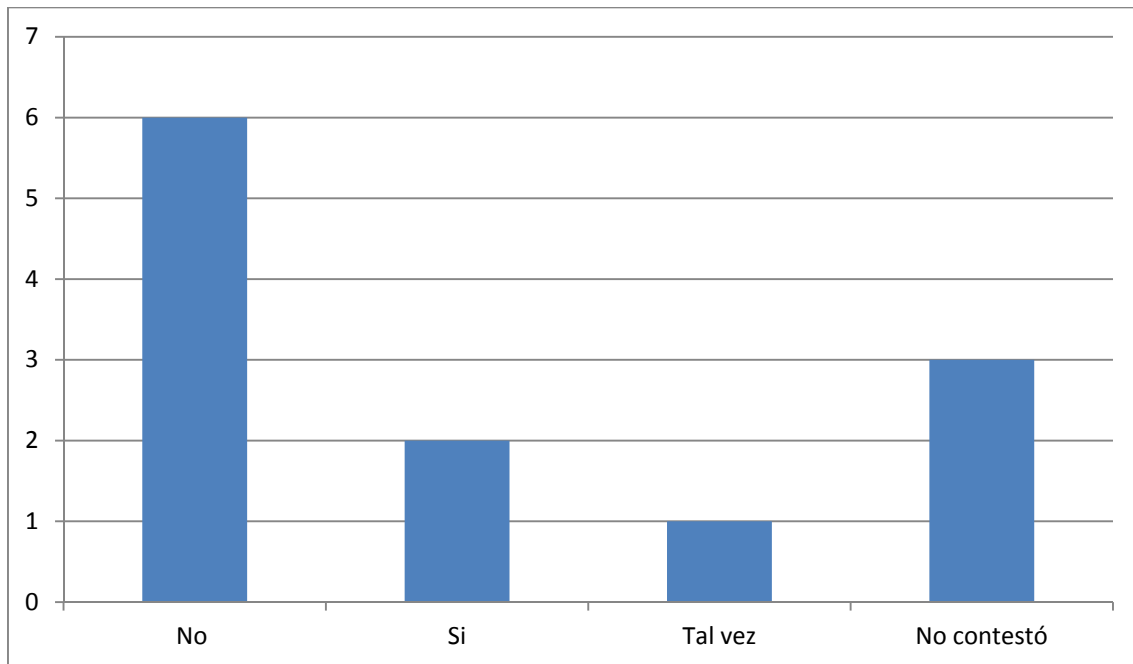
**Gráfica 22.- Proporcionalidad entre el nivel educativo y la ética profesional de los periodistas.**



Fuente: elaboración propia.

La ética del periodista en México ha sido un valor que junto con el de la clase política de servidores públicos, ha sufrido una imagen negativa, donde en ocasiones pueden llegar a tener los mismo niveles de rechazo, aún así, existe la idea que es una actividad que no necesita ser regulada y en su mayoría opinan que esta es una actividad personal, la cual podría ser auto regulada, pero nunca impuesta (gráfica 23). En la imposición de un órgano público ven el peligro de censura, sobre su trabajo, desventajas más que ventajas sobre los actores a quienes podrían ver lastimados sus intereses personales o económicos; por otra parte, los que abogan por que haya una regulación de la ética del periodista, lo ven desde la regulación interna, apoyada por órganos públicos y civiles así como educativos, para que su función de informar sea considerada de relevancia social y de importancia a la sociedad.

**Gráfica 23.- ¿Debería de existir una regulación sobre la ética profesional del periodista en México?**

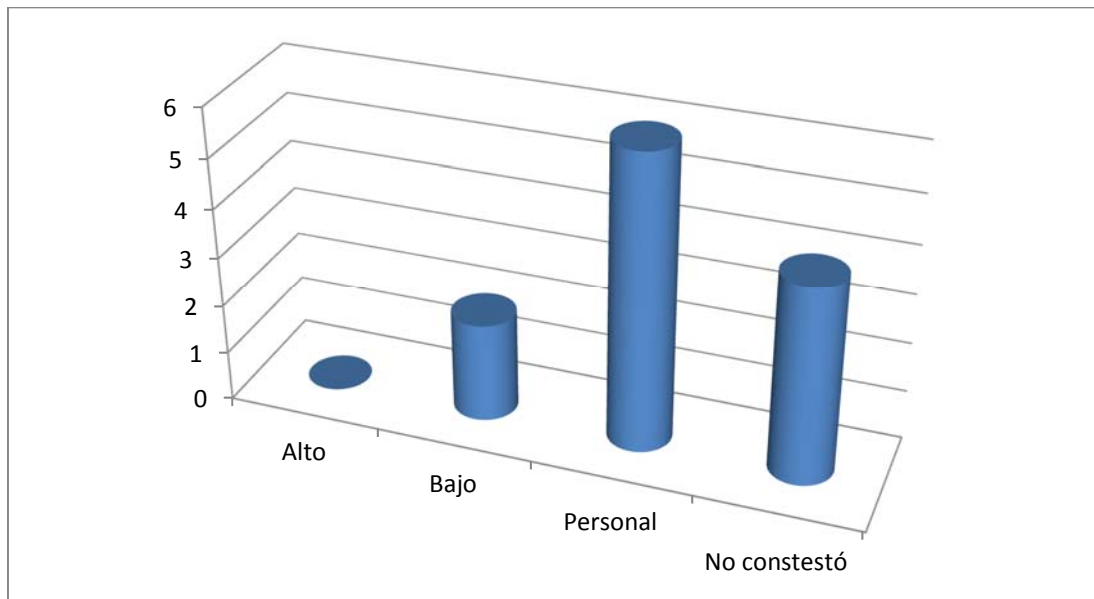


Fuente: elaboración propia.

El tipo de periodismo que existe actualmente en México se le conoce como de fuente, es decir, el periodista presenta las notas de fuentes oficiales asignadas, no existe un periodismo de investigación que sea de interés del reportero, sino más bien son asignadas sus fuentes. Por este motivo, al mismo tiempo el reportero decide que poner o no poner en la nota de la fuente asignada, ya que cada quien le imprime su enfoque personal (gráfica 24). Los intereses del medio y la ética del reportero determinara finalmente el tipo de nota que se desee. Por ello la importancia de una ética definida en el gremio y que no sea personalizada. Aun así, la nota del reportero pasa por una serie de filtros hasta llegar a la redacción en un proceso de matiz que no siempre es el original.



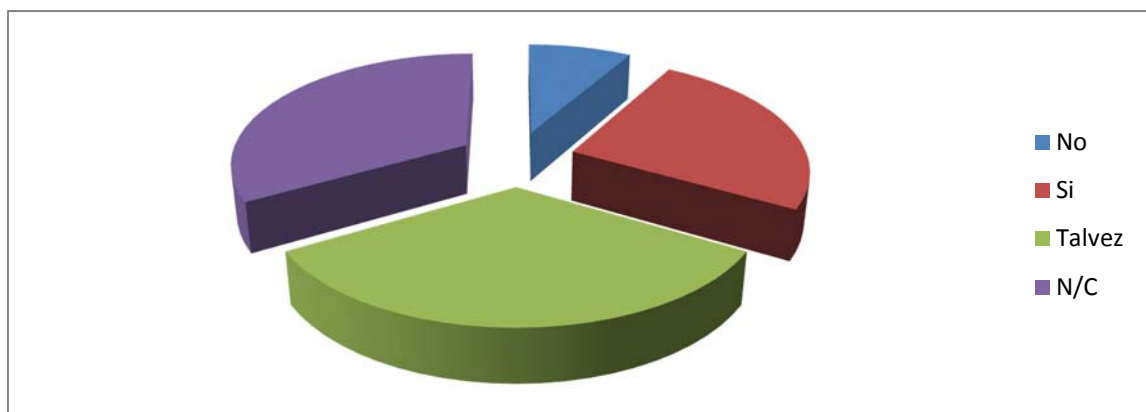
**Gráfica 24.- Percepción sobre el nivel de autonomía que existe en el periodismo en México.**



Fuente: elaboración propia.

Existe dentro del periodismo mexicano una evolución hacia un código de ética parecido a los países democráticos occidentales (gráfica 25), esto se ve que es una mejora en sus funciones como profesionales, aun así, no se percibe claramente sus procedimientos al momento de interactuar con las instituciones públicas o privadas, el conocimiento sobre la libertad de expresión, la objetividad, son parte de una actitud personal, la cual no está orientada en términos culturales al conjunto del sistema, por lo que cada reportero tomará la decisión sobre la información de acuerdo a los intereses de la empresa para la cual trabaja.

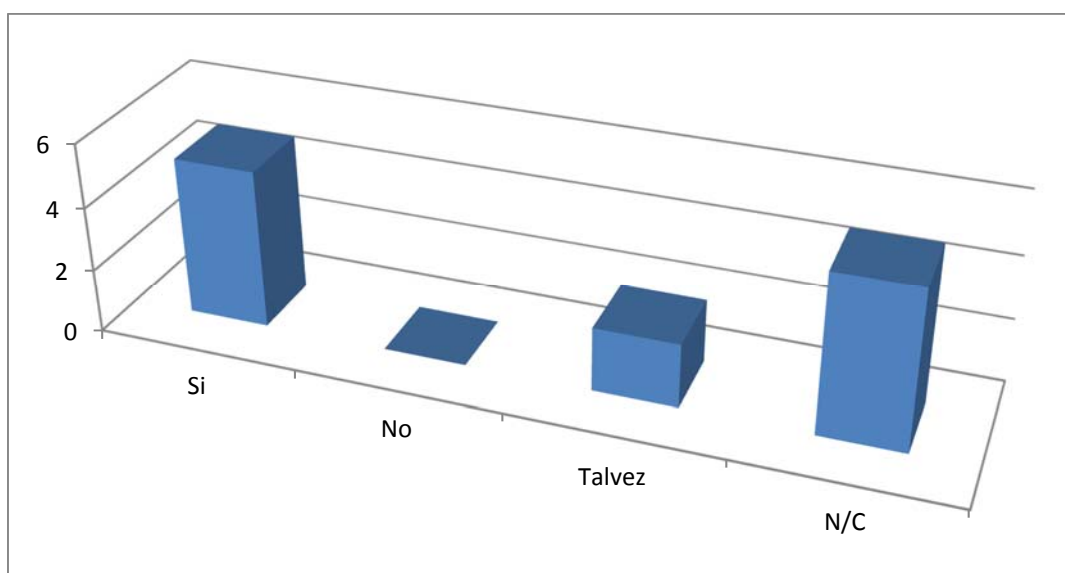
**Gráfica 25.- ¿La ética profesional del periodismo en México posee características liberales?**



Fuente: elaboración propia.

El ejercicio periodístico en México si se percibe como una función de atención pública a la sociedad (gráfica 26), cada vez más la sociedad desde la últimas dos décadas exige una mayor y mejor información a sus medios de comunicación, prensa, radio televisión, sin embargo, como los antiguos medios de comunicación no poseen en su estructura comunicativa o directa para exigir una respuesta, lo hacen más profundamente en las redes sociales, que es el medio por donde más se pronuncian sobre tal o cual tema que no ven en los medios de comunicación tradicionales. Existe resistencia al interior del sistema por controlar la información, la confirmación de la noticia, la desinformación es parte de los nuevos mecanismos de control gubernamental, tanto escritos como electrónicos, así como de órganos delictivos, la manipulación del derecho a saber y a la información objetiva.

**Gráfica 26. ¿El ejercicio periodístico es una actividad de impacto social?**



Fuente: elaboración propia.

#### **5.6.- Paralelismo político de los medios impresos.**

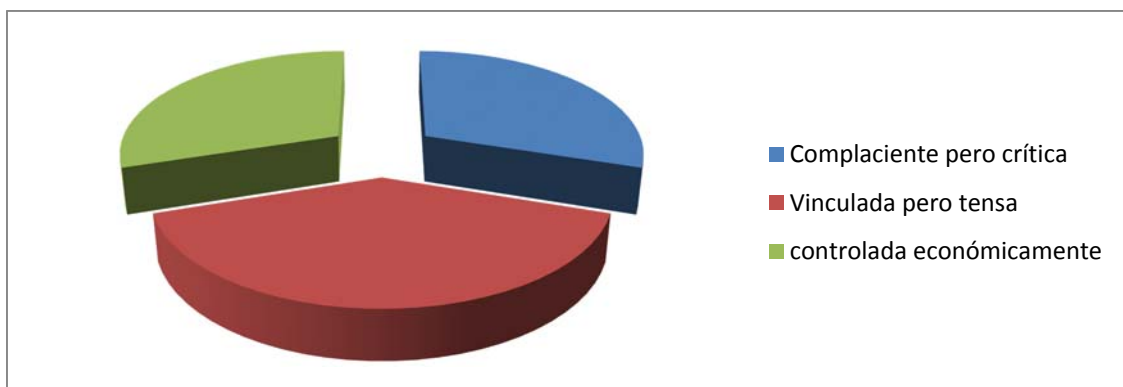
La actividad principal de los diarios es ofrecer información de todo tipo, entre ellas la de tipo político está entre las más importantes, la información de este tipo tomó gran relevancia por lo que muchos diarios fueron fundados por organizaciones o partidos políticos; con el paso del tiempo este tipo de periodismo mutaría a uno más plural y objetivo buscando beneficios económicos más que políticos, junto a una autonomía profesional incipiente. Hoy en día no hay una visión de un periodismo neutral, ni una separación clara de lo económico y lo político, pero si hay marcadas

diferencias en la forma en que estos arreglos con el sistema político y económico se presentan, la percepción sobre los medios y sus filias políticas puede ser evidente para cualquier lector habitual, por lo que un análisis del paralelismo político en México se hace necesario, tomando como referencia a *La Jornada y Reforma*.

Las siguientes gráficas muestran la percepción entre la prensa representada en estos dos diarios en México y su relación con el sistema de partidos o partidos políticos, observando el grado de relación y su consecuente difusión en la sociedad. Podremos diferenciar la importancia de sus contenidos, así como también el grado de relación institucional que se tiene entre los medios de comunicación y los partidos políticos, sindicatos u otros organismos propios de un sistema político moderno; para finalmente observar el grado de relaciones personales de algunos actores preponderantes de los propios medios, así como la autonomía editorial con respecto a los partidos políticos.

La prensa en México no es uniforme ni monolítica, esta se ha ido dibujando a los largo de dos siglos desde la Independencia, pasando por la Revolución hasta llegar al siglo actual con el régimen político imperante nacido en 1929, en esta larga relación histórica existió una prensa complaciente con el poder en turno, aunque con sus medidas críticas al sistema imperante; la gran cercanía que se dio entre la prensa y el sistema político tuvo momentos de grandes tenciones (gráfica 27), tras algún cambio político la prensa tomaba parte del nuevo Gobierno, aunque siempre en tensión con el nuevo régimen. Finalmente el control principal de la prensa es lo económico y se da de varias formas, anteriormente por el control del papel y en la actualidad por el gasto discrecional que tiene el Gobierno en turno con algunos diarios a través de la publicidad, lo que repercute en su planta laboral y prestaciones laborales.

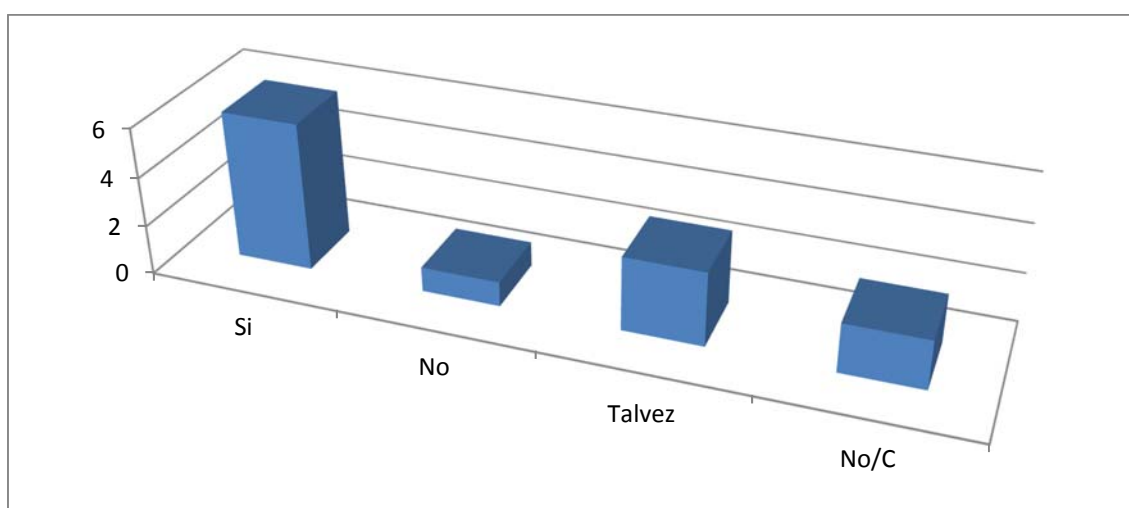
**Gráfica 27.- ¿Cuál es la percepción de la prensa con el Sistema Político Mexicano?**



Fuente: elaboración propia.

Existe un periodismo politizado en los medios tradicionales, principalmente en la televisión y la radio (gráfica 28), y en menor medida en la prensa, sin embargo, todavía se da mucho que exista columnistas que describen con cierto matiz su filia política, esto puede ser como un ejemplo de los demás diarios que existen en los Estados Unidos de corte liberal que abiertamente se colocan en tal o cual opción política; aunque sigue existiendo en México una doble moral, al periodista no se le permite expresar abiertamente su posición política, en la supuesta imparcialidad de los medios y los periodistas, sin embargo, eso provoca que los gobiernos de los tres niveles puedan lucrar con su trabajo editorial, ocasionando que el periodista tome un lugar preponderante en la esfera pública.

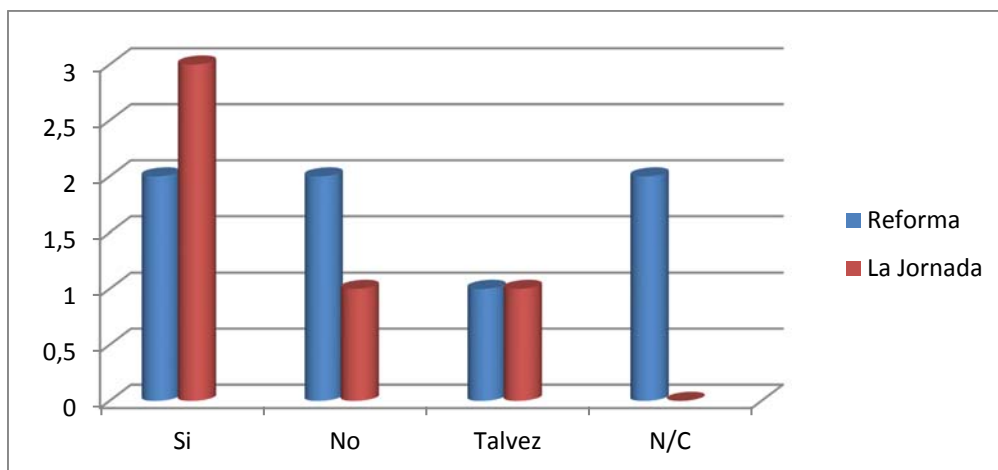
**Gráfica 28.- ¿Existe en México un periodismo politizado?**



Fuente: elaboración propia.

Si existe una pluralidad de información en términos generales (gráfica 29), no hay una sola visión, aunque existe una concentración por los grandes conglomerados informativos, gobierno y crimen organizado que prohíben algunos temas en particular, esto genera que se puedan ver notas de titulares en más de 20 diarios iguales. No existen periódicos organizados ideológicamente lo que dificulta darle seguimiento a la pluralidad informativa.

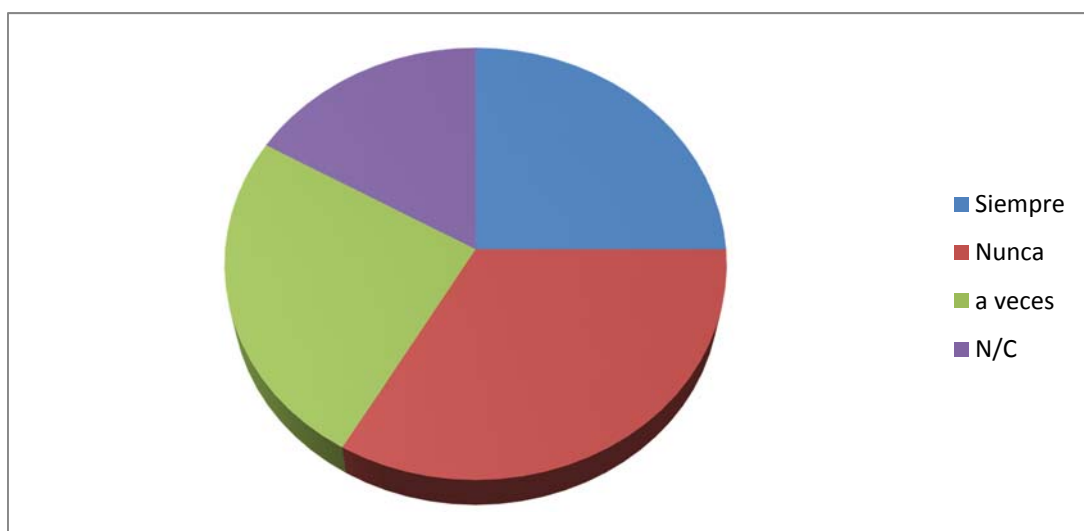
**Gráfica 29.- ¿Existe una pluralidad informativa en el periodismo en México?**



Fuente: elaboración propia.

La gráfica 30 muestra mayormente que no existe compatibilidad entre tener filias políticas y al mismo tiempo ser objetivo profesionalmente y en menor grado lo contrario, que si se puede tener filias políticas y ser objetivo profesionalmente, lo que indica que existe un cambio entre la idea de opinar positivamente sobre cierto partido o candidato, así como estar de acuerdo con las políticas gubernamentales siendo objetivo y veraz con la información. Y por último, la objetividad vendrá de diarios que han mantenido una sana distancia entre el poder político y sus finanzas laborales, sin las cuales sería difícil poder brindar una visión real del tema.

**Gráfica30.- ¿El periodismo en México tiene filias partidistas y al mismo tiempo objetividad profesional?**



Fuente: elaboracion propia.

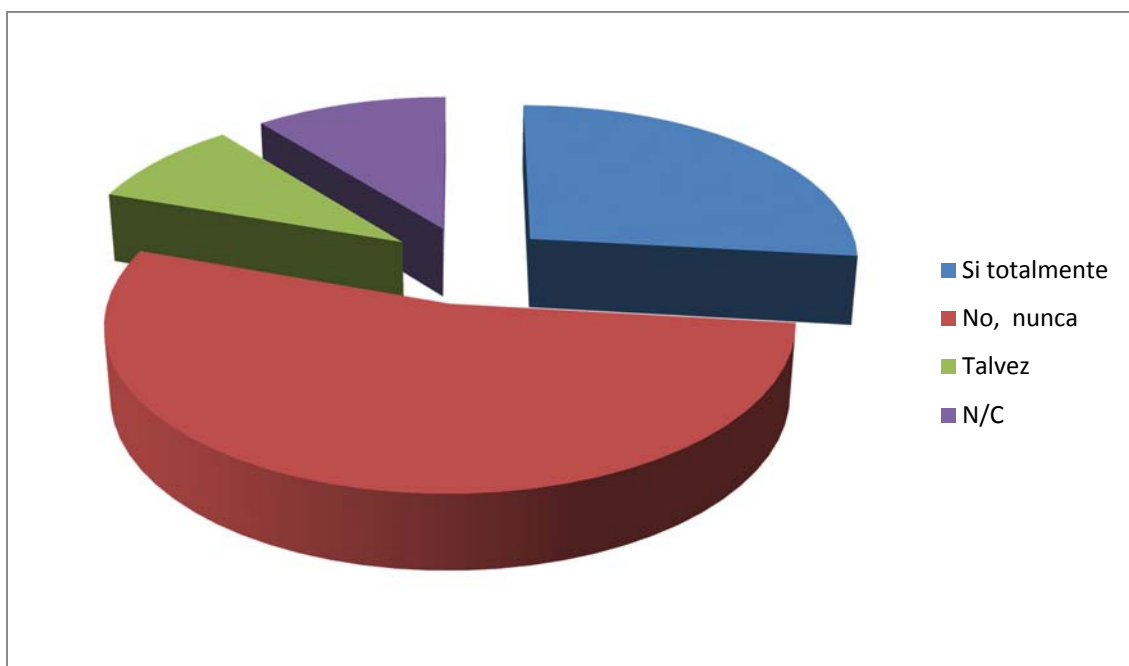
### **5.7.- Institucionalidad e instrumentalización política de los medios impresos.**

Este apartado se refiere al papel que tiene el Estado dentro del sistema político y su relación con los medios de comunicación, principalmente con la prensa escrita. Para este estudio se analiza el grado de relación que existe en México, independientemente de la radio y televisión pública y su posterior evolución al sector privado; en México, el sector privado obtiene ganancias millonarias por publicidad y otras fuentes comerciales, por las concesión de permisos otorgados por el Estado, el cual facilita la infraestructura para el uso de las telecomunicaciones, participando en ocasiones como copropietario de empresas relacionadas directa e indirectamente con los medios de comunicación.

El Estado ha sido parte importante en el mantenimiento de subvenciones directas e indirectas a diarios a nivel nacional, el Estado es uno de los principales clientes en la difusión de sus políticas públicas, donde los diarios son en buena parte beneficiados por ello. El Estado también participa en la elaboración de marcos normativos que regulan las actividades de los medios, por ello, el Estado en los actuales medios de comunicación liberales y democráticos, tiene una presencia importante pero limitada, donde las leyes del mercado son las que definen sus modos de producción. Así como también la relación con la sociedad (fuente de información primaria, agenda y asuntos públicos), y las desregulación entre las fuerzas del mercado y las políticas estatales. Finalmente las gráficas muestran la percepción sobre distintos escenarios, que describen el grado de intervención estatal en los diarios en México.

La gráfica 31 muestra como la prensa en su mayoría no es considerada una representación de la sociedad, los entrevistados consideran que solo representa sectores muy definidos y no al total de los ciudadanos. Por otra parte, algunos consideran que si es la representación de la sociedad mexicana, al momento de decir que es la prensa que merecen, como igual el Gobierno que tienen; existe aún así, un ideal de que pueda ser un faro de información veraz y objetiva para las próximas generaciones.

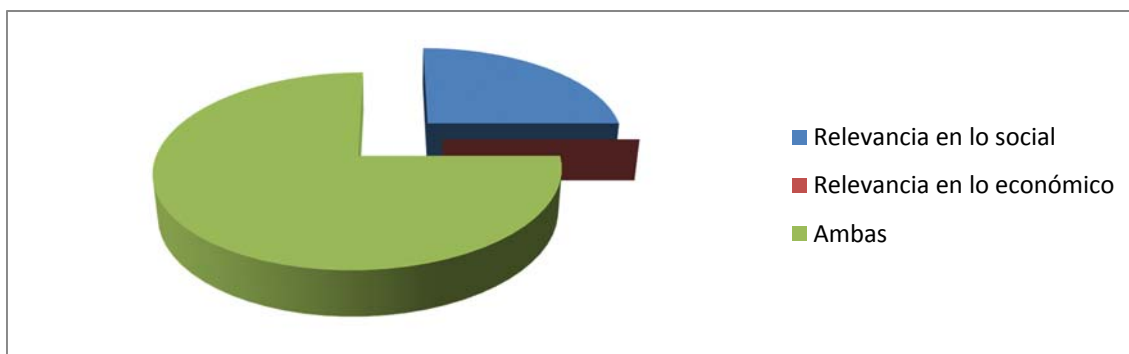
**Gráfica 31.- ¿Es la prensa una representación política de la sociedad?**



Fuente: elaboración propia.

La mayor parte de los entrevistados consideran que la prensa puede estar en ambas situaciones (gráfica 32), por una lado ser una empresa informativa de servicio a la comunidad, que brinda un producto de información veraz, objetivo y oportuno para su vidas, así como, una empresa que obtiene ganancias por sus servicios como cualquier empresa comercial, desarrollándose en un mercado de competencia mediática y buscando nuevos patrocinadores privados que publiciten sus productos en sus páginas, sin embargo; existe también una visión de que la prensa debe anteponer primero su interés con la sociedad, antes que lo económico, puesto que es un servicio social.

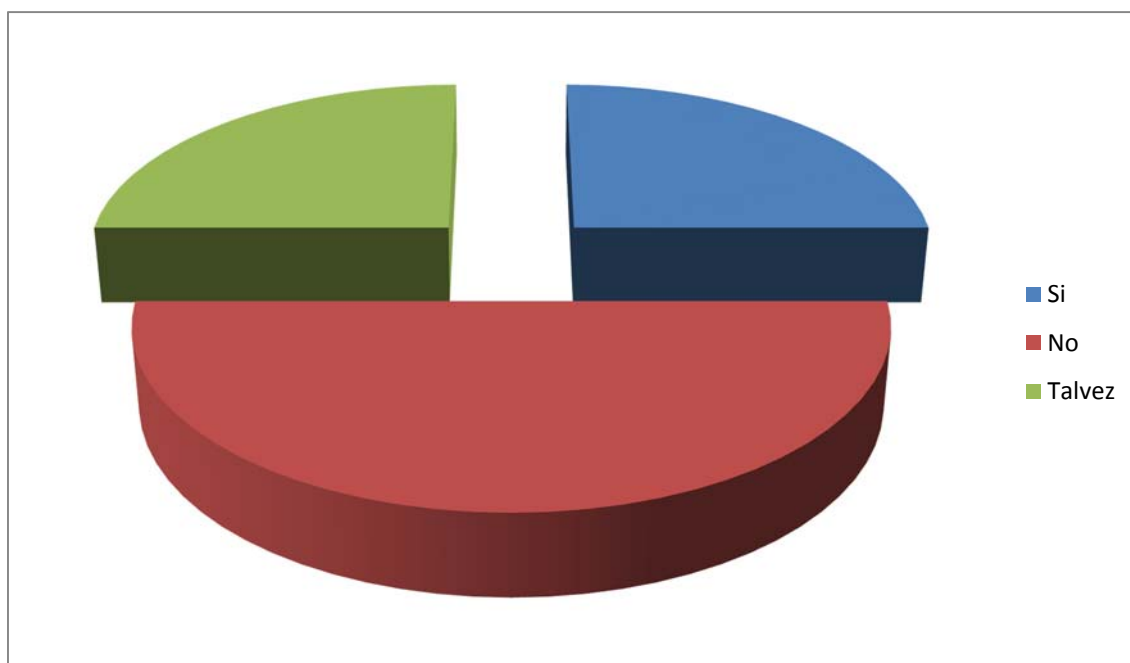
**Gráfica 32.- ¿La prensa puede ser una empresa con fines económicos instrumentales y al mismo tiempo brindar un servicio público a la sociedad?**



Fuente: elaboración propia.

No existe una influencia del periodismo americano estadounidense en la prensa mexicana (gráfica 33), esto puede ser por consideraciones históricas de nacionalismo o por qué la prensa ha tenido características endógenas híbridas de otros tipos o modelos de periodismo que existen, sin embargo, por ejemplo; en comparación con el Europeo si está más cerca del americano, aunque no sigue las pautas, ni los esquemas que se desarrollan en esa nación, aunque sí en términos teóricos más que prácticos. También se percibe que hay una influencia mediática que no determina a ciencia cierta esta relación, sino más bien; genera estereotipos del periodismo televisivo o de las grandes salas cinematográficas, por último, las agencias de periodismo son parte importante en la producción de noticias y actualmente homogenizan formatos y criterios internacionales.

**Gráfica 33.- ¿El periodismo en México tiene características del periodismo liberal estadounidense?**

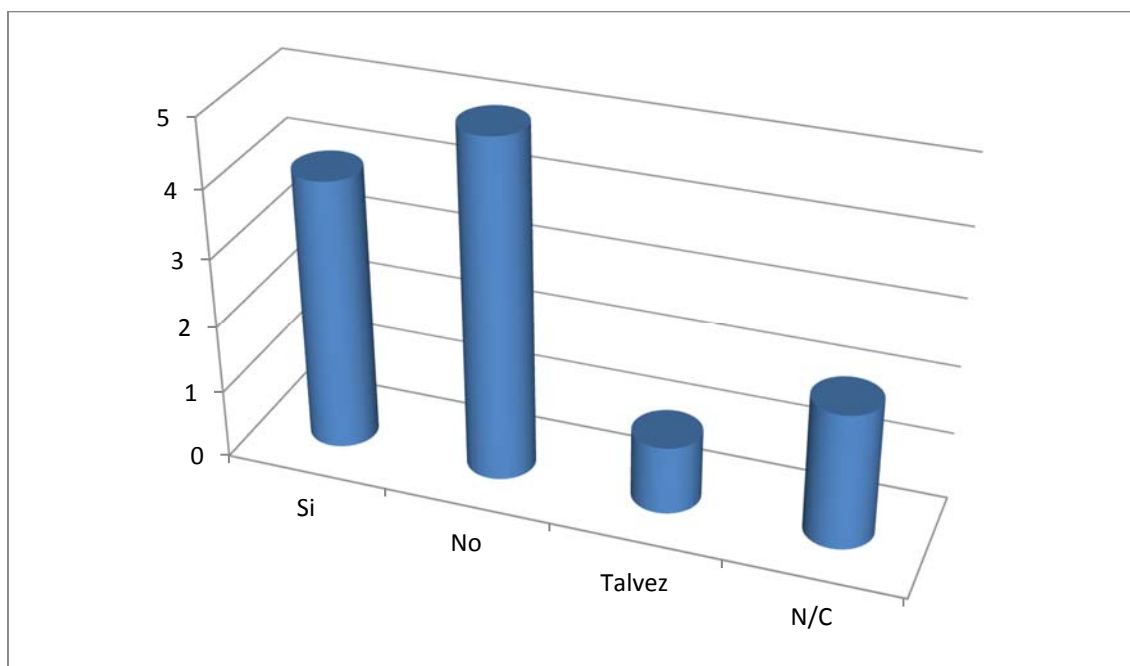


Fuente: elaboración propia.

La mayor parte de los entrevistados coincidieron que la prensa no debe de ser el “guardián moral” de los medios de comunicación (gráfica 34), de hecho, no aceptan el término de moralidad, al considerarlo excesivo para la prensa por las connotaciones que tiene, es decir; la prensa es una institución que no determina moralidad, sino información pública al servicio de la comunidad. Por su parte en menor grado, si existe la idea de que la prensa debe de ser el bastión entre los medios de comunicación, que lleve la pauta en el ejercicio periodístico con respecto a los otros medios (radio, televisión e internet), al ofrecer una garantía de profesionalidad y prestigio.



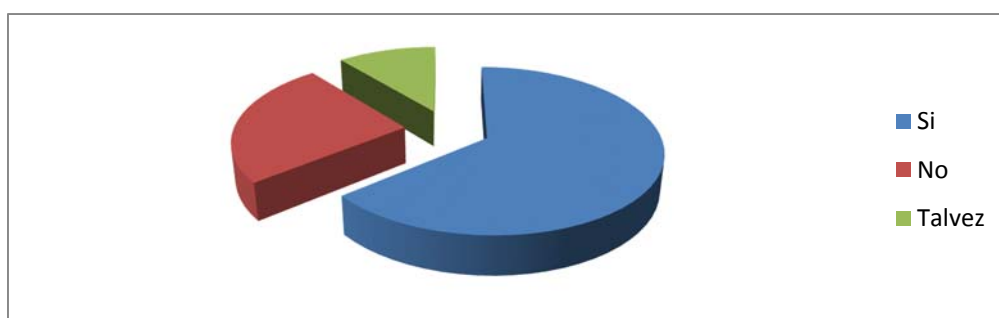
**Gráfica 34.- ¿Se considera al periodismo el “guardián” de la moral en los medios de comunicación en México?**



Fuente: elaboración propia.

La mayor parte de las respuestas de la gráfica 35, obedecen a dos criterios, uno que sí es determinante si el diario obtiene más publicidad oficial que privada, lo que significa un latente compromiso con el Estado, o los distintos niveles de Gobierno, segundo, que las empresas privadas pedirán estándares de calidad en su publicidad a los diarios, lo que determinara que sea un producto objetivo y veraz. Existen dos visiones, la primera que la publicidad oficial, sí determina el grado de profesionalismo en el diario y la otra que no necesariamente la publicidad oficial y privada influye en sus editoriales, siempre y cuando en el diario exista una separación entre la parte comercial con la producción editorial.

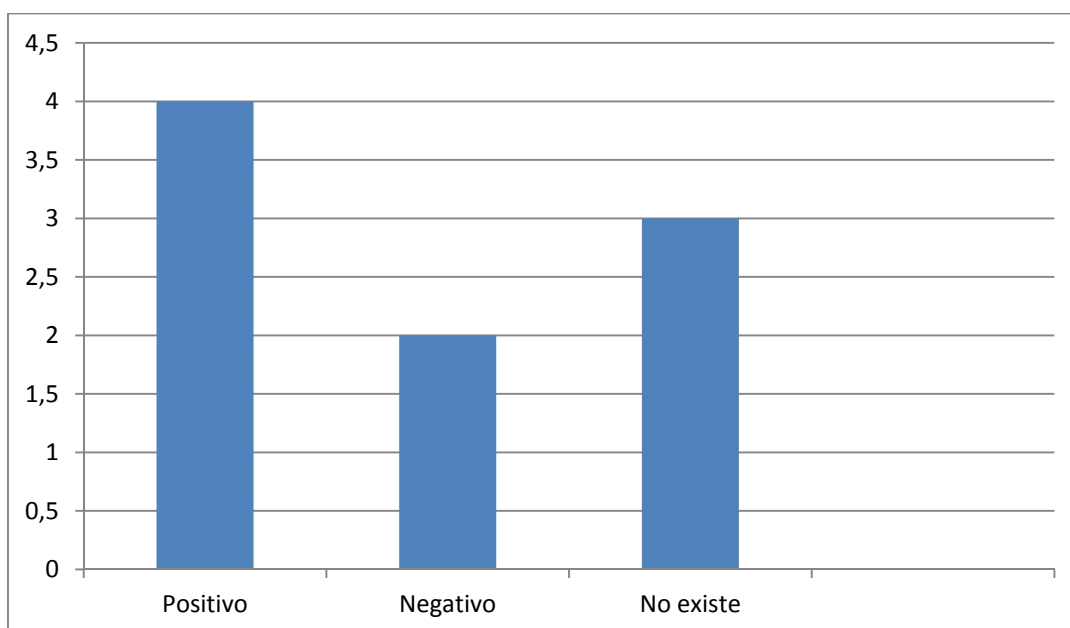
**Gráfica 35.- ¿Los ingresos por publicidad determina la profesionalidad de un diario?**



Fuente: elaboración propia.

La siguiente gráfica 36, muestra como existe una imagen no solo positiva de que haya una concentración de medios, ya que esto genera una mayor competencia de calidad entre las empresas no solo nacional, sino internacional, sino que la columna que muestra lo contrario, lo determina en virtud que no beneficia en términos democráticos y plurales la concentración en unas cuantas empresas al sistema mediático mexicano y finalmente, existe también una visión que en el gremio periodístico no hay tal concentración mediática, o es muy pobre comparada con la radio o la televisión en México.

**Gráfica 36.- ¿Cuál es la percepción del empoderamiento mediático en México?**

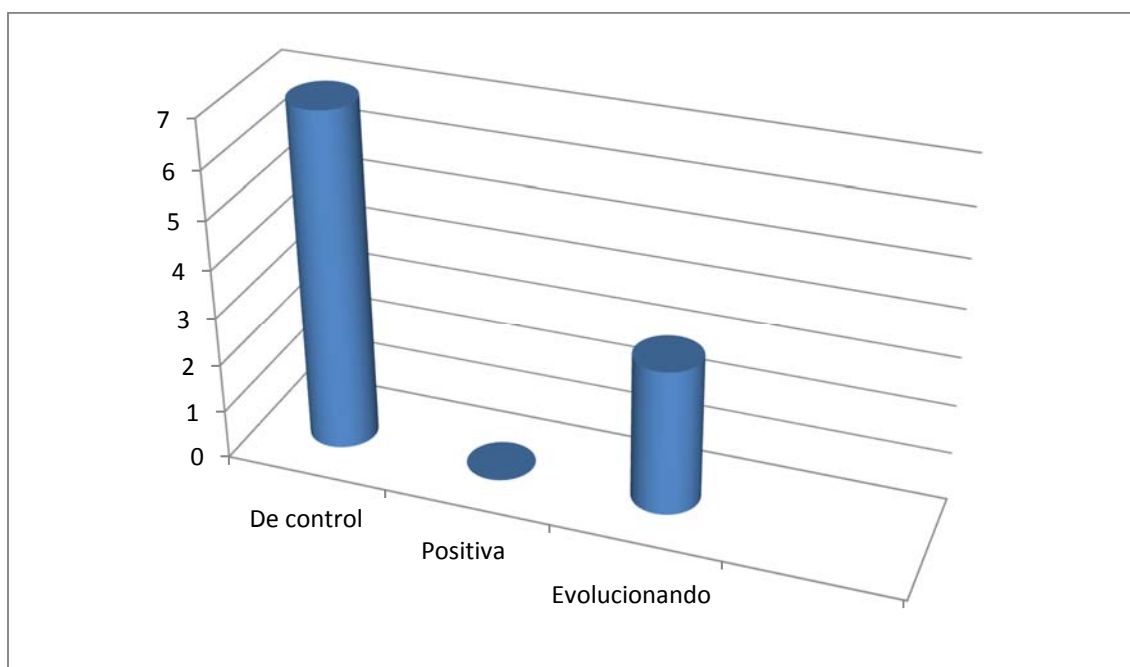


Fuente: elaboración propia.

La imagen (gráfica 37), muestra que la percepción sigue opuesta totalmente a la positiva, sin llegar a ser un Estado fascista, o dictatorial, sin embargo, siguen coexistiendo formas de control por parte del Estado y sus niveles de Gobierno, que dificulta un periodismo 100% libre. La alternancia política en el 2000 no trajo un cambio significativo con respecto a la relación que hay entre la prensa y los medios, el control publicitario se ha aumentado, además del número de muertes de periodistas en la última década ha sido el mayor que en las tres anteriores, lo que pone al periodismo mexicano como el más peligroso en este planeta, incluso por arriba de países en guerra actualmente. Esto debido al contubernio entre autoridades públicas y asociaciones delictuosas del crimen organizado, donde el Gobierno no ha actuado con suficiente fuerza para el pleno ejercicio del Estado de Derecho.

Aún así, se percibe que poco a poco van cambiando las condiciones legales sobre sus actividades como periodistas, así como una mayor libertad de expresión, que aunque insuficiente, sirve para que la gente y sociedad en general, exija con mayor fuerza sus derechos. La prensa está controlada por un exceso de publicidad oficial, solo algunos diarios han podido sobrellevar los cambios económicos a nivel nacional, adaptándose al nuevo esquema de mercado y ofreciendo información objetiva, la ley de restricción a la publicidad entrará en vigor en el 2019 y se determinara el nuevo régimen sobre el monto y cantidad que podrá publicitar el Estado en los medios escritos, para que no exista una mayoría de subvención estatal.

**Gráfica 37.- ¿Cuál ha sido el papel del Estado frente a la prensa en las últimas tres décadas?**

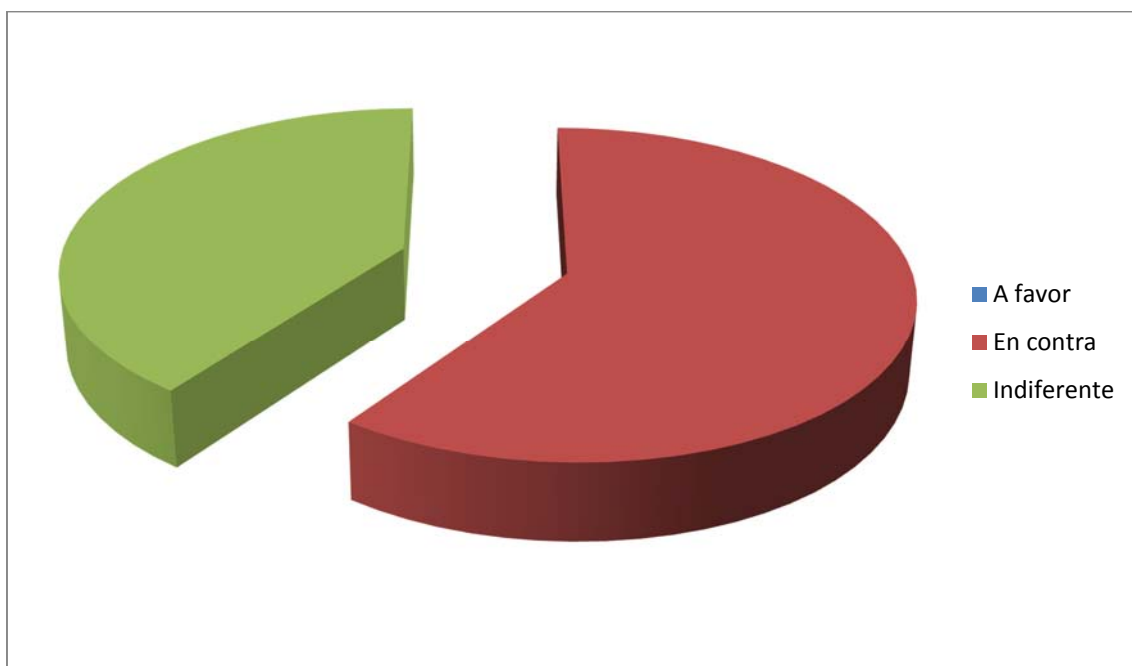


Fuente: elaboración propia.

Todos los entrevistados coinciden que la prensa fue muy crítica al tema neoliberal durante las década de los 80 y 90 (gráfica 38), sin embargo, la crítica no fue la suficiente para poner en cuestionamiento el nuevo modelo económico, sino que fue indiferente en sus repercusiones a mediano y largo plazo; se podría decir, que fue condescendiente, permisiva, sin que ello le trajera beneficios directos, ni el TLC, que fue un proceso económico de apertura vino a beneficiar a la prensa, sino todo lo contrario, aparecieron durante este tiempo muchos diarios que no se venden, que no se leen, pero que son parte de un pléyade de diarios a favor del Gobierno y sus políticas

económicas. Las políticas neoliberales fueron expuestas libremente a través de los diarios de circulación nacional como el nuevo dogma del régimen, indistintamente del partido que este fuera. La apertura comercial trajo consigo, la modernidad de las telecomunicaciones y el lector tradicional muto a las nuevas formas de acceder a la información digital. Las nuevas empresas absorbieron la radio y la televisión y por consiguiente a diarios de menor tiraje, quedando establecidos núcleos o átomos de diarios a nivel nacional, contra las nuevas empresas mediáticas internacionales.

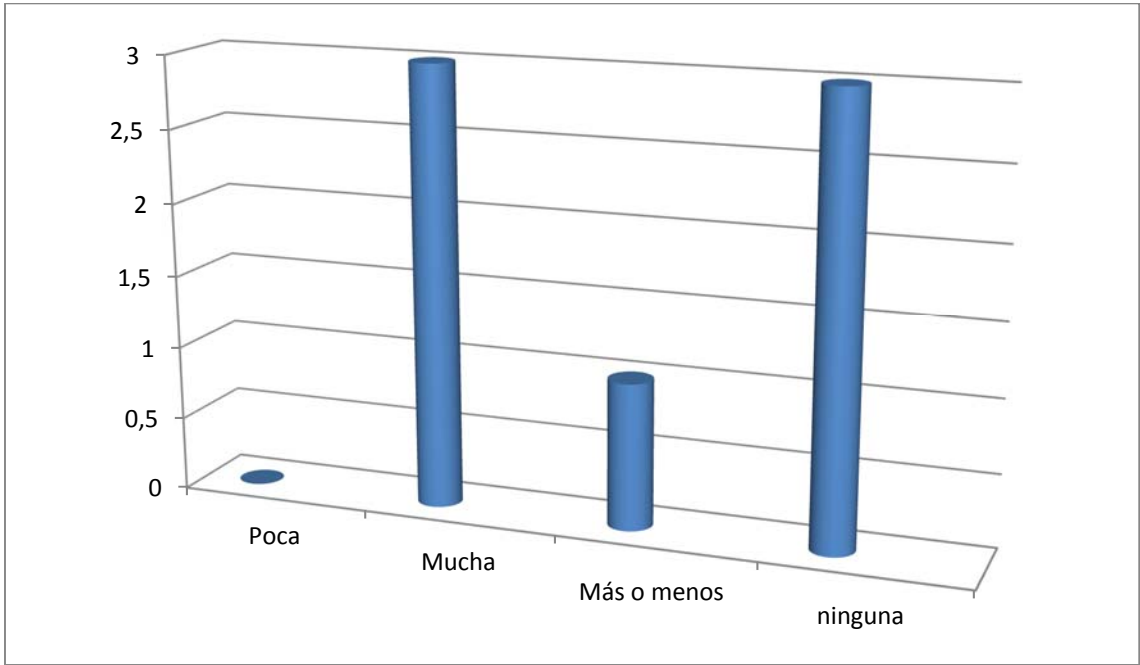
**Gráfica 38.- ¿Cuál es la percepción de la prensa sobre el modelo económico neoliberal en México?**



Fuente: elaboración propia.

Encontramos en la gráfica 39, que la responsabilidad de la prensa sobre las consecuencias sociales y económicas implantadas en México, está dividida, sin embargo se observa también una duda o tal vez, que si tiene en parte, sino, una responsabilidad directa, puesto que la prensa no determina las reglas económicas, ni establece las leyes que se dieron durante esta época en las legislaciones que actuaron de marco legal para el nuevo modelo, si existe un sentir de omisión, de silencio marginal, sobre las posibles consecuencias del tal modelo económico; esto porque la prensa debe ser un medio que ofrezca información, desde distintos ámbitos, que ayude a tomar decisiones al lector, al ciudadano normal en el día a día, bajo un interés social donde la información de cualquier tipo sirva para mejorar el nivel de vida.

**Gráfica 39.- ¿Tiene responsabilidad la prensa como medio de interés público por las consecuencias del modelo económico implantado en México?**



Fuente: elaboración propia.

**5.8.- Modelo comparativo de los medios impresos; *La Jornada* y *Reforma*.**

De acuerdo al modelo comparativo propuesto en el marco metodológico de esta investigación, las respuestas que se consiguieron de las entrevistas a profundidad aplicadas a directivos, periodistas de los diarios *Reforma* y *La Jornada*, así como académicos de la UNAM y expertos en el tema, se contrastaron a manera de síntesis para ver sus similitudes y diferencias, fueron las siguientes:

Núcleo temático 1.- Desarrollo económico.	¿Cuál es costo económico de inicio de una empresa periodística?
<i>La Jornada</i>	<p>1.- Es alto, los insumos cada vez son más caros, el papel se incrementó el año pasado (...). Se incrementa los costos cada año y los electores cada vez son menos, entonces esa variable introduce una presión cada vez más fuerte. 2.- EL mayor costo que tiene un negocio periodístico es el relacionado con el personal, actualmente las tecnologías han abaratado significativamente los costos(...),un proyecto periodístico que inicia debe de contar con recursos suficientes por lo menos para seis u ocho meses, que es un lapso razonable, que debe de transcurrir antes de que empiece a generar ingresos. 3.- Es incuantificable, lo que yo conozco la historia de <i>la jornada</i>, es una historia singular, porque inicio del esfuerzo, de intereses muy diversos, tanto de periodistas como de políticos, que decidieron una vez que salieron del periódico Uno Más Uno, montar un nuevo periódico, un nuevo proyecto periodístico, es incuantificable...4.- A groso modo no tengo la cantidad, evidentemente es un proyecto bastante costoso, aunque si lo vemos desde un punto de vista del surgimiento de un periódico tradicional, si es bastante costoso, si lo vemos del punto de vista desde de cómo está actualmente la tecnología, no necesitas tantos proyectos, porque ya todo te lo dan las redes, los medios de comunicación, variarían los costos...</p>

<b>Reforma</b>	1.- Más que hablar de los términos económicos, iniciar un periódico de cero como <i>Reforma</i> , que veníamos de una ciudad como Monterrey del estado de Nuevo León, fue algo exhaustivo, desde lo básico, ¿para qué vamos para allá?, que tipo de periódico vamos queremos a presentar en aquel momento en 1993 a la capital de la República; porque nosotros desde el principio quedamos muy claro a diferencia de otros, que nosotros no queríamos un periódico nacional, nosotros queríamos un periódico y para la capital de la República y para la megalópolis...2.- No sé.
<b>Investigadores académicos</b>	1.- Honestamente no tengo un cálculo, he presenciado intentos para iniciar periódicos, algunos han fructificado otros no, pero hay una gran cantidad de factores imponderables y des moralidades para crear un periódico, por ejemplo; la primera cuestión que se plantea sería si la empresa periodística va a tener talleres propios o no y aquí hay una enorme diferencia. <i>La Jornada</i> surgió sin talleres propios, se maquilaba en dos lados durante mucho tiempo, y en lagunas ocasiones las empresas periodísticas se encuentran que tener sus propias rotativas es un negocio adicional y a veces un negocio superior a la edición periódico, aquí hay un asunto de planeación financiera, tienen que estar apuntalados con créditos, que tienen que ver a mediano plazo, <i>Reforma</i> en cambio comienza con sus propias máquinas.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Es muy costoso, si hablamos de un periódico como <i>Reforma</i> , un periódico como <i>la Jornada</i> , periódicos de buen tamaño, es muy costoso; inicialmente en el tema impreso las rotativas, aunque se han abaratado en sus costos siguen siendo un producto muy caro. El abastecimiento de papel y las mesas de redacción que llevan ahora mucha tecnología, es un proyecto caro, la verdad la cifra no me atrevería a decirla, dependerá muchísimo de que rotativa compres, que sistema utilices para tus redacciones y tú área de diseño, conlleva muchísimo millones, incluso me atrevería a decir que millones de dólares.
<b>¿Cuál ha sido el crecimiento en cuanto a venta y difusión de su diario desde su origen?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.-No tengo las cifras, pero en el caso de la disminución de los lectores, a los lectores se les hace más fácil ver noticias en la televisión o en internet, entonces tenemos menos lectores en papel y más por internet. 2.- El periódico inicio en la Ciudad de México y poco a poco fue expandiendo sus actividades a otras partes del país, incluso tenemos muchos electores en el extranjero y tuvimos la fortuna de contar desde un principio con la preferencia de contar con miles y miles de electores en varias partes de Estados Unidos, de Europa y por supuesto en América latina. 3.- Cuando <i>La Jornada</i> 1984 nació, fue un periódico que no tenía ningún monto presupuestal para crecer, de hecho para haber nacido, desde el primer día en que <i>La Jornada</i> empezó a salir, los directivos del periódico se tronaban los dedos porque no teníamos dinero para la producción del día siguiente, fue muy difícil, para poner en marcha un periódico como <i>La Jornada</i> ...4.- Es que es muy variable porque también depende de qué tipo de periódico estas fundando, ¿a quién va dirigido?, ¿cuál es tu nicho de mercado? Yo lo que te puedo decir, que en el periódico donde yo trabajé: el <i>Excelsior</i> . Lamentablemente después de la intervención del Estado en 1976, ya no tuvo posibilidades de mucha vida cuando se dio el cambio democrático en el año 2000, que llegó un gobierno panista, que ya no era un gobierno oficial, que mantenía la nómina del periódico del <i>Excelsior</i> ; ya posteriormente ya trabajando en <i>La Jornada</i> , de lo que me pude percatar como trabajadora no como dueña, porque nunca he sido dueña, es que se requiere inversiones muy fuertes, para el sostenimiento del periódico y que siempre existe la necesidad, la búsqueda de publicidad en los organismos gubernamentales.
<b>Reforma</b>	1.- Si, nosotros decididos en su momento que el periódico debía de tener una características determinadas a través del Focus Grup, que por cierto en aquel tiempo esas características que le dimos al periódico, el mercado editorial, el mercado periodístico, no los clientes, no los lectores; decían estos están locos, como pueden llevar en su periódico tanto color, el color lo que hace es maquillar el mal periodístico, eran acciones establecidas en su momento en el mercado pero verdaderamente equivocadas...
<b>¿Cuál ha sido el periodo o sexenio donde ha tenido un mayor beneficio el periodismo o diario?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.-En términos sexenales no (...), Más bien en términos de la historia, por ejemplo, en el movimiento zapatista, hubo un boom de información. 2.- Sin duda alguna podemos decirlo, el periódico hizo su aparición pública en septiembre de 1984, la primera prueba de fuego periodística que tuvo, fue el terremoto de 1985 y ahí sin duda alguna, fue un parte aguas, que género una gran cantidad de electores, la época en que más ejemplares se vendieron fue en los días tras el levantamiento zapatista en Chiapas en enero 1994. 3.- Yo estoy en el Consejo de Administración en el periódico desde hace diez años, conozco la historia económica y financiera mejor que nadie y puedo decir tajantemente, que nosotros nunca hemos tenido una época boyante, no hemos tenido mejores épocas para el periódico, apenas hace 12 años nos hicimos del edificio donde actualmente trabajamos, la imprenta nos hicimos de ella hace 18 años, no hay una posición financiera como puede haber en otros periódicos del mundo que inician con capitales muy elevados para poder iniciar sus tirajes...4.- La información que yo tengo como ex Secretaria General del Sindicato de Trabajadores de <i>La Jornada</i> , que los años de apogeo y de

	<p>mayores ventas de <i>La Jornada</i> en particular fueron precisamente en su nacimiento en 1984; porque la sociedad estaba ávida de un medio de comunicación que le diera voz a los sin voz, me refiero a las organizaciones sociales, organizaciones sindicales, me refiero a los grupos sociales que generalmente no tenía voz ni espacio en los medios de comunicación. 1984 fue una de los mejores años de <i>La Jornada</i> y podemos decir que desde 1984 a 1997 aproximadamente, fueron los años de mayor crecimiento; curiosamente en 1994 se también produce un fenómeno similar al 1984, con el surgimiento de EZLN</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Yo te podría decir que no, que no es lineal, nosotros estamos prácticamente a finales de Salinas principio de Zedillo, Fox, Felipe, ahora el presidente Peña, yo creo que ha correspondido a las variables económicas, si México ha estado bien, el periódico ha estado bien, porque nosotros somos un producto que ha estado muy relacionado al mercado privado, al mercado de los bancos; es más, fíjate esa respuesta podría tener si tuviera los datos aquí, tenemos periodos, más que periodos gubernamentales años, en donde depende, cuando arranco la telefonía celular, nosotros tuvimos un buen año porque todas las empresas estaban publicitando en telefonía celular. Cuando empezó a haber más inversión en banca privada, los bancos estaban asentándose, sacando sus tarjetas de crédito, cuando viene la gran explosión del Tratado de Libre Comercio de nuevas marcas de automóviles, de tener cinco seis marcas a tener 37 marcas y no sé de cuantos cientos de modelos, pero creo que está directamente relacionado con la economía del país. 2.- No conozco los números, en cuanto a cifras y ventas, pero evidentemente el periódico se ve afectado por los vaivenes de la economía, de tal manera que si el país está en crisis, hay crisis en los diarios en sentido que los anunciantes gastan menos en publicidad, por ejemplo, la gente tiene menos dinero para comprar periódicos, pero al mismo tiempo en situaciones de alta conflictividad social, como fue la Revolución en Chiapas, o el asesinato de Colosio la demanda de periódico es más alta.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Yo creo, que el periodo que me hablas (94- 2012), prácticamente, todo ese tiempo los diarios en mayor o menor medida han tenido ingresos, bien por concepto de publicidad oficial, o bien cuestiones o ingresos, distintos a la publicidad oficial. Donde se sostienen algunos medios, que es una costumbre en este país, en utilizar las precisamente las relaciones, este tipo de tráfico de influencias para un medio, y lograr la asignación de obras públicas, lograr firmas notariales; en fin muchísimos negocios en donde el medio es un instrumento para obtener este tipo de facilidades que de otro modo hubieran sido muy difíciles.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Yo creo que durante el año 98 al 2012, fue el de mayor auge, hubo para el mundo periodismo, donde muchos medios crecieron, se fortalecieron, empezó a bajar la compra de medios impresos a partir del 2005, pero fue muy gradual; donde si se nota un cambio terriblemente drástico fue el 2012, a partir de ese año la gente ya compraba menos periódicos y empezaban a perder credibilidad los periódicos, dentro del sistema periodístico. Porque el gobierno empezó a influir muchísimo en la parte editorial de los medios, esto afectó mucho, los periódicos se veían totalmente alineados al gobierno y los que no estaban alineados con el gobierno, iban cayendo con la misma caída natural que caen los medios impresos; los que se fortalecieron lo hicieron en sus aéreas digitales, aunque mantienen sus aéreas impresas para hacer una promoción directa entre los electores, pero su fuerza está en el 10% en la parte impresa y el 90% está en la parte digital.</p>
<p><b>¿Se puede desarrollar profesionalmente un periódico sin seguir ideologías económicas o modelos económicos en México?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Cada medio de información tiene su ideología, no quiero decir militancia porque se escucharía muy exagerado, pero si cada medio tiene su ideología y depende económicamente o de las políticas que se apliquen. 2.- Creo que definitivamente el caso de <i>La Jornada</i> es una muestra que sí, es un periódico que no tiene un dueño empresario, es como dije, las propiedades de la empresa que edita <i>La Jornada</i> está en manos de 260 socios que tiene cada uno de ellos exactamente el mismo número de acciones. 3.- Siento que México ha repetido a lo largo de su historia de la inversión social, que significa esto, este periódico, es propiedad de 150 dueños, no hay un dueño, somos 150 accionistas comunes, propietarios del periódico, cuando empieza a crecer su tiraje y la sociedad se ve reflejada en las páginas del diario, la sociedad empieza a ver en <i>La Jornada</i> una necesidad de anunciarse también, se convierte en un ingreso muy importante en la historia del periódico... 4.- Ideológicamente, yo creo que en caso de <i>La Jornada</i>, una cosa que fue favorable en el nacimiento de este diario, si por ideología entendemos una corriente política, estaríamos hablando de que había una pluralidad; porque no solamente se difundía evidentemente lo gubernamental, sino se difundía también la oposición, incluso lo que decían los grupos de poder, hablando en términos económicos, era como un calidoscopio donde se daba voz a todos los grupos...</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Yo creo que nosotros más que ver cuál es la política que tiene un visión gubernamental, tenemos una definición básica, elemental que es el corazón del éxito, es ofrecer a nuestros lectores la mejor información periodística, tanto periodística que es nuestro centro como publicitaria; si la gente se ve reflejada en el periódico <i>Reforma</i> a través que encuentra en la información comercial con la cual a través de ella transacciona. Somos un periódico que va dirigido a una clase económica de alto nivel de estudios con ingresos discrecional. Entonces tú vas a encontrar anuncios publicitarios de ese tipo, con información relevante para su toma de decisiones, esa es la mejor política que tenemos... 2.- Porque tendríamos que someternos, es la parte que no entiendo, si el gobierno en turno es socialdemócrata, si es neoliberal, si es comunista, el periódico se mantiene en función de sus principios y valores.</p>



<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Yo diría que desde aquellos años, el negocio consistía en no seguir la política del Estado y no al revés, desde los años 90, estamos hablando de los últimos años del gobierno de Carlos Salinas y primeros del gobierno del presidente Zedillo, el Gobierno Federal dejó de sostener todas las prácticas que se llevaban con la publicidad oficial como un elemento de control, no ha desaparecido incluso hoy en día, pero no se puede asegurar que no había publicidad en los diarios críticos, <i>Reforma</i> nace con esa expectativa, <i>La Jornada</i> crece gracias a la publicidad oficial, aparecen otros diarios, <i>Milenio</i> y se reciclan otros más, <i>El Economista</i>, etc.... 2.- Yo creo que las ideologías de los periódicos, pues es ganar dinero, no creo que haya una ideología específica, claro en algunos casos se supone que <i>La Jornada</i> tiene cierta ideología, su propósito es llegar a un nicho de electores potenciales, más orientados a temas sociales de izquierda, pero no porque haya una ideología en ese sentido, sino porque es un nicho de negocio, como puede haber otro periódico, el financiero o el economista, con temas de economía. En ese caso, pues <i>La Jornada</i> tiene esa característica, el <i>Reforma</i> más bien es lo contrario, le gusta llegar a tomadores de decisiones, ahí sí hay un ejercicio de periodismo relativamente militante, por parte de los propietarios; Alejandro Junco en particular, que busca en sus puntos de vista incorporarlos como parte de la agenda pública o hacerlos agenda en los periódicos que posee.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Yo creo que los medios deben de tener su ideología, no son necesariamente sin ideología, el <i>Reforma</i> tiene muy marcada su agenda, pero ha sido muy fiel a ella, no la pierde por apoyo a publicidad gubernamental; ha mantenido como lo hace el <i>Washington Post</i>, como lo es el <i>New York Times</i>, que abiertamente apoyan a un partido o a otro, o un candidato o a otro, a una forma de gobierno o a otro. Eso debe de existir, lo medios son así en todo el mundo, salvo en México todos se creen apolíticos y apartidistas que es totalmente falso, la realidad es que todos tienen una línea editorial que persiguen y tu no vas poder creer hoy que diarios como el <i>Universal</i> o <i>La Jornada</i> no tienen una línea editorial dirigida hacia un planteamiento de izquierda o de derecha, eso es evidente; eso se tiene que ser muy claro, medios como <i>La Jornada</i> y el <i>Reforma</i> se han mantenido cada quien muy claros en su ideología, tienen sus candidatos, tienen su teorías de beneficio para el país y han apoyado en eso, hasta la muerte.</p>
<b>¿El desarrollo económico del diario ha determinado su influencia periodística?</b>	
<b><i>La Jornada</i></b>	<p>1.- Todos los medios tienen altibajos, yo creo que sí, (...) puede ser que haya altibajos en la venta del periódico también por la situación económica, difícilmente alguien que no puede conseguir diez pesos puede comprar un diario. 2.- Es una respuesta que quizá debería dar alguien de la opinión pública, yo creo que sí, definitivamente, como todo medio de comunicación ejerce influencia en sectores de la sociedad, de la comunidad, yo diría que sí, pero podría parecer como un auto elogio. 3.- Si por supuesto, si revisas estadísticas recientes que se han hecho sobre los medios de comunicación, evidentemente esas estadísticas muestran que hay periódicos que ocupan el número uno, en las visitas de los lectores, ahora más se da esto con el desarrollo del internet, con las páginas Web, el <i>Facebook</i>, e <i>Twitter</i>; ya todos los medios impresos utilizan todas las redes sociales. Evidentemente quien tiene mayor número de lectores tiene mayor influencia...</p>
<b><i>Reforma</i></b>	<p>1.- Yo creo que toda adquisición es una decisión personal, basada en la satisfacción de un producto que tú compras y en la percepción que tú tienes de él, yo creo que <i>Reforma</i> se ubicó muy rápidamente en el gusto de los lectores, por gracia o por desgracia, nos tocó momentos muy convulsos en el arranque; en 1994 la muerte de Colosio, El ejército Zapatista en ese periodo de tiempo, la muerte de Ruiz Massieu, un momento muy convulso y nosotros teníamos la oportunidad de publicar con nuestro estilo, con nuestra apertura sin ninguna censura de nadie, eso nos ubica en primera estancia como un periódico totalmente distinto, que está buscando hacer periodismo... 2.- Si claro, siempre lo ha tenido</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Si un medio no tiene una solvencia económica, su influencia va reducirse, como es el caso de <i>la Jornada</i>, que tiene problemas económicos, un manejo no del todo transparente, conflictos con los trabajadores, gastos excesivos en algunas partes sobre todo con sus directivos y donde lamentablemente ha sido el Gobierno Federal, el que ha tenido que entrar a salvar al periódico, por lo cual genera un conflicto de interés y entonces eso hace que haya un proceso de simulación.; por un lado, se supone que es muy crítico contra el gobierno, pero esto es muy poco.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- No, realmente ellos deberían vender periódicos por su contenido editorial, pero hay empresas que vender periódico no es su ideal, sino generar suficiente dinero para esas nóminas y una cosa va peleada con la otra; te pongo el ejemplo del periódico <i>Reforma</i>., <i>Reforma</i> no tiene arriba del 7% de publicidad oficial nunca por política interna, viven al menos 93 % de venta hacia afuera, dependiendo de su línea editorial, es un periódico que se respeta así mismo, unos a favor otros en contra pero ellos están perfectamente están en su línea editorial. Hay periódicos como <i>La Jornada</i> que sufren para vivir, porque no venden periódico hacia afuera, lo que venden no es suficiente, de la venta de periódico ya no viven y tienen que admitir publicidad oficial muy a su dolor y a su pesar, porque es eso o cierran; el empresariado pues no está muy a favor del perfil editorial del periódico, entonces tampoco veras muchas marcas de coches, bancos o empresas de servicios que estén anunciadas en páginas como esas.</p>



¿Qué opina acerca de la globalización con respecto al desarrollo económico del diario?	
<b>La Jornada</b>	<p>1.-Pues yo creo que si nos ha beneficiado en cuanto hay más lectores, porque aunque no hay más lectores de periódicos que nos pudieran comprar, (...), si hay lectores que no puedan abrir en portal e integrarse, de lo que sucede en México, en un portal que no se cobra, está disponible, históricamente fuimos los primeros en el 94 en abrir un portal. 2.- Más que la globalización, lo que ha afectado y alterado completamente la forma en la que se ve una empresa periodística, es la era digital, el modelo de negocio sobre el que se basaban los periódicos hasta hace pocos años, 15 o 20 años, a literalmente saltado por los aires y ahora todos los periódicos no solo <i>La Jornada</i>, enfrentan un gran desafío, que es, mantener su presencia en un mundo digital. 3.- La globalización es un fenómeno donde todos estamos inmiscuidos, queramos o no, no nos podemos volver anacoretas, la globalización nos alcanzó en todos los términos, y la globalización como tú sabes es un sistema impuesto, desde las altas esferas del comercio mundial, es precisamente donde viene todo estas escuelas económicas llamadas neoliberales; el polo económico es el que impone este sistema globalizador, que desde mi punto de vista, rompe las fronteras, no solamente ideológicas, sino de obligación de los estados para poder brindar a sus gobernados, seguridad, la globalización es leonina, es un fenómeno que nos ha subsumido a todos en la conformidad, en el individualismo, en un proceso de desgaste social, en el cual el principal perjudicado es el pueblo... 4.- Por supuesto que la afecta, si tú ves los ejemplos a nivel mundial cuantos periódicos están desapareciendo, por ejemplo, <i>El New York Times</i>, hay periódicos que ya desaparecieron y solo se convierten en periódicos electrónicos; es decir, en periódicos de internet, ya no están físicamente en el papel, desaparecieron en todas partes del mundo. La globalización si está afectando a los medios de comunicación, los está obligando a ser más competitivos, a tener en el caso de los impresos es una tendencia que se repite en la mayoría de los casos en el país</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- El fenómeno económico, todavía antes de estar en un Tratado de Libre Comercio, un hubo un proceso en donde México 1988-89, todavía le teníamos que comprar el papel a fuerzas a empresas gubernamentales y era una manera que el gobierno podía premiar al que era fiel a él o apretar a quien sentía que no fuera su amigo; después de muchos trabajos con la Asociación Interamericana de prensa, Alejandro Junco logra y otras personas más que México pudiera importar papel y el después del Tratado de Libre comercio creo que fue en 89.90 y con esa pequeña figura, te demuestro que la globalización puede ayudar económicamente. Estamos indiscutiblemente bajo el asedio siempre del precio del dólar con respecto al papel, pero podemos comparar placas, podemos comprar cámaras fotográficas, en un mercado donde antes era muy restringido y con altos niveles de barreras arancelarias; a nosotros como empresa no ha servido mucho tener la posibilidad de acceder al mercado internacional, para comprar insumos y equipos en general para el periódico. 2.- Yo creo que lo ha afacettato para bien, porque lo ha obligado a elevar estándares de calidad, lo ha elevado a buscar nuevas formas de contar historia y lo ha obligado a buscar nuevas formas de llegar al público, la globalización no significa que hayan venido nuevos periódicos al país, pero si ha significado un boom de medios digitales por ejemplo.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Afecta a todo, tiene más retos pero también más mercados, el problema es que los periódicos mexicanos no han sabido o no han querido incursionar en el mercado global, <i>La Jornada</i> sigue siendo gratuita, tiene algo de publicidad en su versión en línea, pero no ha apostado, como dicen los financieros monetizar a traducir en dinero la presencia internacional que tienen, ¿no sé por qué?; <i>Reforma</i> hizo todo lo contrario, empezó a bloquear el acceso al sitio web, a no ser que sea mediante un pago y se privó de un mercado potencial ahí, habría que buscar una versión intermedia, eso es parte de la globalización empezó a utilizar la red de internet, que empezó a desarrollarse en los años 90, coincide con el periodo que a usted le interesa... 2.- Si afecta sin duda, primero los diarios en México y en el mundo entero viven un proceso de automatización voraz, la llegada de las nuevas tecnologías, la ausencia y ruptura de la lectura por parte de los jóvenes, es digamos que leer un diario ya se volvió una práctica de gente mayor de 40 años, es desde mi punto de vista, creo que va ser cada vez más probable y cada vez más reiterado las versiones electrónicas de los medios y tener una pequeña porción muy reducida, donde se imprima el diario a petición del cliente, del comprador y se hace el diario y se lo dan, pero ya no como la venta al gran público, porque cada vez más la venta de los diarios y el papel pues son caras y tienen un alto costo económico, y la mayoría de la gente prefiere informarse, bien a través de la televisión todavía y cada vez más de manera creciente de los medios digitales o contra digitales.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Yo creo que la globalización lejos de afectarlos los ha beneficiado, porque a la llegada de mayores empresas porque la globalización existe, requieren hacer publicidad dentro de las páginas de los diarios y dentro de sus portales web, el problema de los diarios es que viven en un mundo, en donde el modelo de negocio cambio y pocos se han dado cuenta de ello; tú hacías antes un periodismo en papel, donde producirlo costaba 10 pesos y venderlo en \$100, en el tema digital producirlo cuesta 15... Tal vez, es un poco más caro, como te lo menciono, porque hay que tener más tecnología, pero el internet te ha abaratado los costos para promocionarse, los periódicos están viviendo una debacle, porque los que no se han adaptado al modelo digital y han intentado de alguna manera cuidar su área digital, en lugar de regalar su <i>print</i>; los periódicos normales, tradicionales, tú que usas el <i>print</i> te regalan el web, los periódicos que piensan te cobran web y te cobran <i>print</i> y hay muy pocos en el mercado que hacen ese trabajo.</p>

¿Se puede desarrollar un diario económicamente sin el proteccionismo gubernamental?	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Todos los periódicos y todos los medios de comunicación tenemos ese defecto, aunque este mal, porque finalmente la publicidad gubernamental no depende del partido político, porque son recursos públicos... 2.- El Estado es un anunciante más, sin duda es un anunciante relevante, pero es uno más, yo no sé qué pasa en otros periódicos, pero el Estado es un anunciante más, ciertamente es un anunciante relevante, pero un periódico no es el caso de <i>La Jornada</i>, no está en el mercado buscando recibir protección gubernamental para hacer su trabajo, de hecho la historia de estos 33 años muestra cual es el carácter de este periódico. 3.- Ningún medio escrito y esto te lo puedo firmar, puede sobrevivir, ante esta realidad en México por lo menos, que es la más cercana que todos conocemos aquí, sin la publicidad gubernamental, ninguno sobrevive, ni el <i>Reforma</i>, ni <i>El Universal</i>, podría firmártelo que esos periódicos viven principalmente de la publicidad gubernamental.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Nosotros somos una muestra que sí, te voy a decir algo, el periódico <i>Reforma</i> va cumplir 25 años, los 25 años se han repartidos utilidades, para que tú puedas repartir utilidades significa; que pudiste tener ingresos superiores a tus costos, haber pagado a proveedores, haber pagado todos tus impuestos, haber dado participación a los accionistas y que quede un remanente a los empleados, un remanente por ley. Somos negocio repartimos utilidades, la pregunta es: ¿Por qué hay tantos periódicos? Porque hay mucha publicidad oficial que se entrega a muchos periódicos y es su medio de subsistencia, en nuestro caso nos sentimos bien, en que estemos fortalecidos y establecidos en un sector que nos beneficia que es el sector privado; a través de la circulación y a través de la publicidad. 2.- si, <i>Reforma</i> es un ejemplo de ello, <i>Reforma</i> es un ejemplo de cómo se puede hacer un periódico sin el proteccionismo gubernamental y <i>Reforma</i> ha tenido que enfrentar ataques, boicot y falta de publicidad.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Eso hizo <i>Reforma</i> y en alguna medida eso lo hizo <i>La Jornada</i>, por lo menos sin el proteccionismo de un gobierno, porque hay varios, no los había cuando inicio <i>La Jornada</i> y <i>La Jornada</i> fue respaldada con publicidad del gobierno federal y otras instituciones y luego empezó la diversificación política en los gobiernos estatales y eso permitió cuando el gobierno central del PRI... Eso pasó con <i>Proceso</i> por ejemplo, vetaba completamente una publicación y esta era auxiliada por las finanzas de los gobiernos locales. 2.- Creo que es un verdadero reto en este país, yo pongo de ejemplo el periódico <i>Noroeste</i> en Sinaloa, que es un diario que tengo la convicción, que vive en menor medida de sus ventas de publicidad, el apoyo empresarial, de su consejo de administración, no creo que tenga grandes utilidades, me parece un esfuerzo, precisamente de este grupo de empresarios, para dar una mirada distinta a los sinaloenses de la que pudiera dar <i>el Debate</i>, que también es un medio que tiene una gran solvencia económica, pero que también tiene ya una relación con la política y con el gobierno local, que también sin duda es el periodismo más vendido, pero no necesariamente el periodismo más creído, sino que yo creo que tiene mayor credibilidad es el <i>Noroeste</i>...</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Por supuesto, claro y yo creo que hay periódicos que lo muestran, por no seguir mencionando <i>Reforma</i> específicamente, lo que hace <i>Noroeste</i> en Sinaloa, que tiene cero apoyo gubernamental, lo que hacen periódicos como <i>el Siglo</i> de Torreón o periódicos como el <i>diario</i> de Yucatán, periódicos que antes que nada están su periodismo y su elector; no son muchos periódicos en este país que cuidan esta parte, muchos viven básicamente de apoyos y el proteccionismo gubernamental y se convierten en voceros de la voz oficial.</p>
¿La definición ideológica de la editorial de su diario supone un crecimiento en sus ventas?	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Pues sí, todos los periódicos queremos vender, no solo somos un medio de comunicación sino también una empresa... 2.- Yo no diría que exista una definición ideológica, sino una definición periodista y esa está muy clara desde el inicio del diario, debemos tomar en cuenta que <i>La Jornada</i> inició en 1984, donde existían muchas mayores restricciones a la prensa de las que existen ahora... 3.- Sin duda, los periódicos más importantes en el mundo, hablemos no solamente del <i>New York Times</i>, hablemos de <i>Globo</i>, la línea argentina no me gusta mucho porque también es de tendencia conservadora, <i>el País</i> en España y que ha caído en desuso, por lo menos en América, que era un periodismo de lucha, pero a raíz de que quebró y fue vendido principalmente a un empresario mexicano, <i>La República</i> en Italia, <i>The Financial Times</i> en California, todos los periódicos importantes, todos tienen una definición ideológica y en México también, <i>Reforma</i>, <i>Excelsior</i> también una posición ideológica y por supuesto que <i>La Jornada</i>... 4.- En algún tiempo así fue, por ejemplo, durante el levantamiento armado por el EZLN, que <i>La Jornada</i> fue de los pocos periódicos que recogió la esencia de ese movimiento y lo estuvo reportando consuetudinariamente a la sociedad, evidentemente tuvo una repercusión muy fuerte a nivel de mercado, a nivel social, incluso a internacional podríamos decirlo.</p>

<b>Reforma</b>	<p>1. Indiscutiblemente, el hecho de tener una claridad meridiana en que nos servimos a nuestros lectores, que tienen cara desde gran ejecutivo o tienen cara de obrero o tienen cara de médico o tienen cara de mecánico o tienen cara de diputado o tienen cara de sacerdote, tratamos de cubrir a toda esta gran masa de perfiles de lectores; esa clara orientación de servir al lector a través de la credibilidad de genera independencia es lo que hace que tengamos nosotros el éxito razonable con nuestros lectores. Entonces pegarnos a la ideología de un tercero pues no, el gobierno puede tener la ideología que quiera, a nosotros nos ha tocado trabajar con gobiernos panistas, perredistas aquí en la Ciudad de México, priistas moderados, panistas enojados; la ideología de ellos es la ideología para gobernar, nosotros lo que tenemos que hacer es hacer un espejo lo más diáfano posible, para decirle a los lectores lo que es relevante para su vida cotidiana, ese es el trabajo de nosotros como editores... 2.- Yo creo que sí, lo que va a definir tus ventas no es la ideología, sino la calidad informativa, si me explico, si tú haces de tu periódico un arma ideológica, probablemente caigan tus ventas, ¿Por qué? Porque estás trabajando para una causa y no para el lector, entonces, por ejemplo aquí en el periódico tenemos editores de izquierda, editores de derecha, tenemos editores de todo tipo; si ellos tratan de llevar sus creencias a las páginas, la gente dirá – bueno de que se trata todo esto-. Y si te leen con una causa, con una consigna, a lo mejor te lleves a un público, pero te segregas de todo el resto de la sociedad y <i>Reforma</i> tiene entrada a todos los sectores, aunque es erróneamente calificado de derecha. (P: ¿Por qué lo califican de derecha si tiene esta pluralidad de información?) Son estereotipos que se crean en el imaginario colectivo. (P: ¿Iniciaron con este imaginario cuando entro en funciones el periódico?) R: Poco tiempo después, cuando yo inicié ya se hablaba de esta imagen del periódico. (P: ¿Lo han determinado esta imagen los sexenios?) R: No sabría decirte de donde sale esa configuración del periódico como un periódico de derecha.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No necesariamente, depende, no hay una fórmula que se pueda establecer, ni más contestatarios reciben más dinero, ni más “avocerados” (sic) al gobierno reciben menos o viceversa, depende de las circunstancias, depende del manejo político y depende de la política real del periódico; hay publicaciones, esto ha ocurrido con <i>La Jornada</i> en años recientes y quizá desde hace muchos años, que circulan con emblemas contestatarios y realmente tienen una política muy permisiva o condescendiente con el gobierno. Más aun, hay periódicos que parecen de oposición y que venden sus primeras planas, como está documentado en el caso de <i>La Jornada</i> al gobierno... 2.- Depende, si la definición editorial es compatible con el grupo o el nicho de electores a quien va dirigido, pues sí, es una decisión, cuando alguien va a poner un negocio, en este caso una empresa informativa, pues tiene que ver cuál es el nicho que puede explotar, cual es el área de oportunidad que puede ofrecer y no ser un periódico generalista. Que ya hay demasiado diarios en México, con esa visión de que somos todo, yo creo que el ahora el mundo es de los diarios especializados, dirigidos a nichos específicos y que creo que lo que está pasando o lo que empieza a pasar, los dueños o empresarios o socios de una empresa informativa, quieran que sus ideas personales se conviertan o conviertan a la sociedad a lo que ellos perciben que deben de ser las cosas y el mundo, yo creo que no es tanto, si no al contrario...</p>

<b>Núcleo temático 2.- Estructura Legal.</b>	<b>¿Cuál era el marco legal que había en los 90 para el periodismo en México?</b>
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Más que el marco legal, yo no conozco su historia del periódico desde sus inicios, yo empecé hace unos 20 años en el periódico, pero lo que yo conozco no tenía nada que ver con el marco legal nacional, sino más bien, con un momento histórico de los periodistas, de la época que vivieron sus fundadores que venían del <i>UNO MAS UNO</i>... 2.- Ya lo como lo dije, es una sociedad anónima, que opera con unas reglas como cualquier empresa mercantil, cualquier sociedad mercantil, está regida por la ley de sociedades mercantiles y tiene una estructura empresarial tal como lo establece la ley de sociedades mercantiles... 3.- La prensa dentro del sistema político priista se venía manifestando desde finales de los años 70, principios de los años 80, el debilitamiento institucional se manifiesta cuando se desatiende de sus obligaciones, se abre el libre mercado, el libre mercado es el boom, el libre mercado se convirtió como la salvación nacional y eso le dio impunidad política, impedía al gobierno mantenerse como el ente infra político que siempre había dado gobernanza a este país... 4.- A mí me parece que cuando surge en 1984, ciertamente hubo las posibilidades para que surgiera el diario, digamos que no existía algún impedimento como en algunas sociedades, donde el autoritarismo impide el surgimiento de un diario, no en absoluto; digamos que no es tampoco una democracia acabada que le falta muchísimo a la democracia mexicana por desarrollarse, por crecer, por aumentar los derechos civiles, humanos, etc. Pero no había ningún impedimento.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- ¡El contexto legal! Creo que el periodismo no necesita de leyes para sí mismo. Lo que puedo decir es que cuando <i>Reforma</i> empezó, no existía una ley de transparencia en México, la ley de transparencia que actualmente existe y que ha creado una serie de instituciones; se debe mucho al empuje de <i>Reforma</i> que tomo es tema como parte de su agenda. <i>Reforma</i> impulso en gran medida la discusión sobre la transparencia y el acceso a la información pública... 2.- Cuando surge <i>Reforma</i> en el año 1993, ya nosotros teníamos vigente la ley sobre delitos de imprenta, y el marco fundamental que es el artículo 6.- y 7.- constitucionales, ya vigentes en aquel entonces; en aquellas fechas, había una regularización más fuerte en cuanto a los comunicadores en el ejercicio periodístico, básicamente son los dos fundamentos legales que regulaban en aquel entonces. Estamos hablando sobre la ley de delitos de imprenta, que data desde 1917, que al día de hoy se mantiene vigente y el artículo 6to y 7mo</p>

	constitucional, que posteriormente tuvieron reformas; pero básicamente esos eran nuestros ordenamientos que regulaban el ejercicio periodístico y también la parte civil por lo que respecta a unas cuestiones o alusiones al daño moral. Básicamente esos son los ordenamientos que existían en ese entonces.
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> <i>La Jornada</i> surge de una crisis del periódico <i>Uno más Uno</i> y cuando renunciamos a aquel diario, esa es otra historia, discutible y que hay que revisar en algún momento, nos planteamos hacer un nuevo periódico, atentos y confiados en las reglas que había para en la creación de impresos. Había la posibilidad, que se discutió mucho de hacer una cooperativa, pero estaba reciente, bueno no tenía más una década de lo que había pasado en el periódico <i>Excelsior</i>, donde esa cooperativa fue copada por gente de opinión diferente a la de los periodistas encabezados por Julio Scherer y se descartó esa modalidad. Entonces se hizo una empresa, una empresa con todos los requisitos de la ley, pero con una estructura accionaria, que se esperaba impidiera el control por parte de grupos, si es que se formaran grupos e impediría que los fundadores lucrarán con el periódico... <b>2.-</b> En el caso de <i>la Jornada</i> fue una fórmula donde buscaron en momento un conjunto de accionistas, que fueran la sociedad, digamos que <i>la Jornada</i> fuera la expresión de lo que decía la sociedad y abrieron sus acciones a un alto número de personas, que no es usual en una empresa y optaron por supuesto algunos muy pocos la mayoría de las acciones. En el <i>Reforma</i> no, es una empresa tradicional desde el punto de vista jurídico, que tiene un consejo de administración donde tiene la mayoría de las acciones en una sola persona en Alejandro Junco de la vega. Y quizá algunas mínimas, porque Alejandro debe de tener el control absoluto de la empresa, de manera complementaria habrá un porcentaje para familiares hermanos, hijos, etc. Es una empresa tradicional el que se entiende en su composición jurídica.</p>
<b>¿Cómo percibe el marco legal que existe para el periodismo en México?</b>	
<b><i>La Jornada</i></b>	<p><b>1.-</b> Aunque está la legislación a principios de este siglo, todo lo demás es muy laxo, la legislación inicial electoral, publicaciones entrevistas, pero todo los demás es muy laxo, es decir; se puede publicar la información sin que haya una consecuencia legal, a menos que sea totalmente difamatoria, pero en el periódico procuramos que la información este perfectamente sustentada, para que no haya consecuencias legales. <b>2.-</b> Más que leyes, el periodismo se basa en una garantía constitucional, que es la libre expresión y manifestación de las ideas, a partir de ahí existe como se sabe una Ley de Imprenta que data desde los años 30 del siglo pasado, está totalmente rebasada y actualmente hay, precisamente una discusión que no ha iniciado formalmente sobre un tema que se tocó en el bloque anterior y es la forma en la que se debe ejercer el gasto público en los medios de comunicación, eso no ha iniciado y no puedo hablar de algo que no ha iniciado... <b>3.-</b> Es muy pobre y los coloca en una indefensión. <b>4.-</b> Si hablamos actualmente el panorama ha cambiado muchísimo, estamos en un proceso de cambio aun mayor, en primer lugar, no existe una estructura legal que favorezca el ejercicio periodístico con toda libertad en México; hay muchos asesinatos de periodistas, de hecho México es uno de los países con mayores asesinatos en el mundo de periodistas, inclusive estudiosos en del fenómeno han hablado, no solamente han intervenido los grupos delincuenciales, si no gente del gobierno, de los estados han participado en estos asesinatos...</p>
<b><i>Reforma</i></b>	<p><b>1.-</b> Tenemos algunas unas que inciden con algunas otras regulaciones que podrían aplicar para cualquier giro de otras empresas o negocios, como son obviamente las de carácter comercial, como es el código de comercio, la ley general de carácter mercantiles; que a final de cuentas son comunes o convergen con las sociedades en general y en particular sobre las prestación de los servicios informativos. Ya tenemos algunas otras más específicas, como son la Ley de la Propiedad Industrial, por lo que tienen que ver obviamente al tema de marcas y la Ley Federal del Derecho de Autor; la cual tiene una gran relevancia, porque la materia prima como periodistas, es precisamente la creación de una nota que en México tiene la protección como si fuera una obra literaria, además de los contenidos de nuestros editorialistas. <b>2.-</b> Hay un parte aguas sobre la regulación que te acabo de mencionar, porque bueno, si es un marco regulatorio muy específico, te podría decir que hasta cierto punto de vista, este marco regulatorio es joven y estamos hablando de nuestra base constitucional, vuelvo repetir el art 6 y el art 7mo, que tienen su relevancia en la libre manifestación de las ideas con su restricción; que es en el caso no puede ser limitado, salvo que exista un ataque a la moral, etc., y de ahí derivaría un ordenamiento que ahorita te voy a mencionar, pero este es nuestro marco constitucional...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> No hay un marco específico para las empresas periodísticas, no sé si debiera haberlo, algunos hemos propuesto, lo hacía por ejemplo, Miguel Ángel Granados Chapa con alguna frecuencia, que haya reglas para que las empresas periodísticas, interesadas en tener... No quiero decir más compromiso social, en hacer periodismo y no negocio, puedan no solo revertir sus ganancias en el periodismo, sin utilizarlas para el negocio, sino tener por ejemplo, un marco legal preferente, apoyos del Estado, en vez de que haya publicidad que se entrega de manera discrecional y que implica una perversión en el uso del dinero público... <b>2.-</b> Desde el punto de vista de una empresa informativa, no ninguna hay excepción, las empresas informativas se rigen por las normas existentes del código civil: sociedad anónima, sociedad civil, sociedad de responsabilidad delimitada. Es decir, las figuras son lentas, no hay ningún caso diferenciado a las empresas informativas sobre cualquier empresa de otra índole y eso está claro en este país no hay ninguna fórmula como la pudo haber en España 1978, donde hubo una ley, que duro un tiempo para apoyar, precisamente una prensa democrática. Aquí no hay, no ha habido, no existe, ninguna ley en materia, repito de prensa informativa, desde el punto de vista real, en materia económica, como empresa informativa...</p>

<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- México es un país de muchas leyes pero pocas leyes se respetan al 100%, el periodista hoy está haciendo atacado incluso para arriesgar sus fuentes, a través de nuevas leyes que les afectan a su ejercicio, están pidiendo derechos de réplicas para aquellos que están siendo mencionados; esto más que un derecho es para amedrentar al periodista en su ejercicio, yo creo que la parte legal nos ha tocado vivir junto a muchos periodistas su defensa por lo que se escribe, por lo que se opina, estar siendo atacados y rodeados por muchas leyes que son subjetivas en su aplicación, en el juez que te toque, depende que tan cerca estés de ese juez, es como si te toca o no te toca y te defiende lo suficiente; yo he trabajado con despachos que han defendido a periodistas de la talla de Sergio Aguayo, donde ha sido atacado por un ex gobernador y no hablemos del narco, donde los atacan y no hay manera de defenderlos, porque no sabes quién pago esa fuerza para que no te cuiden lo suficiente.</p>
<p><b>¿Se percibe que hay una protección legal más a la empresa periodística que al que ejerce el ejercicio periodístico?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- No es que haya una protección legal a las empresas, incluso las periodísticas, tienen un marco legal, tienen que pagar impuestos, pagar seguridad social, etc. Los que se protegen en su mayoría son los dueños de los medios, sobre todo cuando son empresarios y no periodistas y en contraste si hay una falta de protección a los reporteros, más ahora, antes había censura, para no meterse con el gobierno pero no pasaba de ahí, salvo contados casos, pero ahora ya las agresiones a reporteros son cotidianas, son actos fríos y no se resuelven y no pasa nada, ahí si hay una total desprotección a los trabajadores de los medios. 2.- Yo creo que van de la mano, el periodista es el que ejerce el periodismo, la constitución garantiza el libre ejercicio de una profesión o actividad, es decir, cualquiera de nosotros se puede dedicar a lo que considere y el periodismo no es ninguna excepción y la práctica periodística está sustentada, digamos, en el ejercicio de la libertad de expresión que está garantizada por la constitución no solo a los periodistas sino a todos los ciudadanos mexicanos... 3.- Protege más a las empresas, porque las empresas tienen una relación, por decir una palabra un “amasiato” muy perverso con los gobiernos en turno los propios periodistas, los periodistas en México pueden reforzar a... aparte de inoportuno y contingente, pueden estar y no estar, porque finalmente, si no se apuesta a otro, eso es lo grave, es una paradoja terrible; en materia de derechos, estamos muy lejos de poder de aceptar que somos reconocidos, ni legalmente, ni físicamente, corremos un peligro permanente en este país. 4.- La ley de prensa que tenemos está muy rezagada, como quiera que sea, tenemos una serie de leyes en materia civil, que no han sido reformadas y están en riesgo de desaparecer; en donde por lo menos decían que si este funcionario público lo que se publica de él, incurrió en corrupciones cierto, pues bueno en ese sentido te defendían o te defienden actualmente, pero si cambia el escenario va ser muy difícil para el ejercicio periodístico libre.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Uno, no hay una ley de prensa en México, dos, no veo para que la necesitémos; tres, la ley de transparencia no es para los periódicos o para los periodistas es para la sociedad en general, es para que todos tengan acceso a la información pública del gobierno. Ley de prensa no hay, ley de medios no existe, hay un sistema de protección a periodistas y ese no es para medios, sino para periodistas en sí y eso lo maneja la Secretaría de Gobernación.</p> <p>2.- Tenemos un siglo exactamente, pero de alguna manera ha tratado de retomar algunas cuestiones que estaban en otras legislaciones, por ejemplo; la ley sobre delitos de imprenta, penalizaba, que es algo bastante delicado, ahora no llama la atención como pudiera ser un delito, penalizaba la expresión maliciosa, así tal cual lo dice, la expresión maliciosa que pudiera incidir en el honor de las personas, etc. Anteriormente la réplica estaba llevada a esa ley, la ley sobre delitos de imprenta, tomaba la parte sobre el ejercicio del derecho de réplica, en el 2015, esa parte del derecho de réplica se lleva de manera constitucional, al artículo 6to Constitucional al párrafo 1ro y ahí viene la parte la parte muy reciente de la ley el derecho de réplica; estamos hablando del 2015, con esa adición al artículo 6to Constitucional párrafo 1ro, se crea la Ley Reglamentaria del Derecho de Réplica, que es del 2015. También tenemos otros instrumentos que son a nivel federal, la Ley de Protección a los Defensores de Derechos Humanos y Periodistas...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No tenemos una ley de prensa, hay una ley de imprenta, esa vieja ley de 1917, está a punto de cumplir 101 años, no se ocupa del ejercicio empresarial, no se ocupa de los periodistas, se ocupa de sancionar a los afectados por los periódicos, incluso es una ley que ya ha sido recortada, se le quitaron las situaciones más ominosas, que establecían las penas, sanciones corporales, es decir; penas de cárcel para quienes calumniaran o ofendieran, sigue existiendo, tiene una formulación muy antigua, su definición de daño o injurias o este tipo de cosas es muy atrasada, no hay propiamente un ley de prensa, no sé si deba a haberla, pero no existe en México, fuera de esta ley de imprenta de la ya he mencionado. 2.- Bueno en el periodismo como tal, no hay ninguna ley, hay diversas leyes, de acuerdos más que leyes, donde sí se apoya al ejercicio periodístico, en la ciudad de México tenemos la ley del secreto profesional del periodista para el Distrito Federal (...), así se llama todavía, donde se protege las fuentes informativas, se protege el secreto profesional. Tenemos una ley de responsabilidad civil, para la protección del derecho al honor, a la vida privada y a la propia imagen para el Distrito Federal, que recoge las tendencias más importantes, de las prácticas internacionales consideradas modélicas, como la figura de la...</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Yo creo que las leyes existen para protegerlos, la cuestión es cómo se aplica y con qué fortaleza se aplica, los grandes corporativos de medios son muy poderosos, porque siempre están muy ligados al poder, el periodista no; aunque existen leyes que protegen al periodista, no es la misma manera con la</p>



	que se que protege al dueño del medio. En México hay muchas leyes que protege, que cuidan, el problema es quien las aplica o como las aplican.
<b>¿Considera que la libertad de expresión que existe en México tiene características democráticas de los países occidentales?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- No llegamos a tanto, pero si le hacemos la lucha, trabajamos todos los días para que la libertad se ejerza y ha sido una lucha por varias décadas, yo empecé a trabajar como reportero en el 91 y las historias que se contaban eran de total control, cuando yo llegue al <i>HERALDO DE MEXICO</i>, me dijeron hay tres temas que no puedes tocar, la Virgen de Guadalupe, el Ejército y el Presidente de la República. Pero a partir del 92,93, comenzó un cambio total de los medios de comunicación, la sociedad estaba más exigente, los lectores no creían... 2.- A mí me parece que existe una absoluta libertad de expresión, sin que esto quiera decir esta no implique riesgos y en estos momentos, mi impresión es que los riesgos a la libertad de expresión, están determinados más por grupos privados que por el poder público. 3.- En los países occidentales también hay persecución, también hay corrupción y hay presión, sin duda, sin embargo; el derecho en esos países es de más avanzada, hay protocolos mucho más seguros en la protección de los periodistas que aquí. Aquí los periodistas salen de su casa sin saber si vas a regresar, o si lo que vas publicar no sabes si vas perjudicar a alguien, te ponen el fierro y no sabes que va suceder, dígame de autoridades establecidas o delincuentes o hasta políticos. No tenemos una seguridad que nos garantice, por lo menos, nuestra integridad física. 4.- Primero que estamos entendiendo por características democráticas número dos, con qué países nos ponemos de referencia, por ejemplo; cuando estudie el diplomado en Ciencias de la Comunicación, veíamos como ejemplo a la sociedad, para no ir muy lejos en España, que hay un órgano que regula, te estoy hablando en 1997, hay un órgano que regula la publicidad que va dirigida a los medios de comunicación. Y esto puede hacer todavía más transparente la comunicación de los medios hacia la sociedad, aquí en el caso de México no hay un órgano que regule la entrega de publicidad del Estado a los medios de comunicación y eso puede enturbiar mucho...</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- ¿A qué llamarías periodismo democrático? (R: En los países occidentales tienen una información abierta liberal, basada en los principios de difusión de información, sin contrapesos). R: Si, en ese sentido <i>Reforma</i> es un periódico libre, que se maneja en sus propias decisiones, que no se somete a presiones del gobierno, de partidos o empresarios, no apoyamos a candidatos, no apoyamos a partidos, no apoyamos gobiernos; inclusive puedes ver que las oficinas son abiertas, son de cristal, no hay una sola oficina que tenga paredes en este periódico. Una de los principales insumos de este periódico ha sido la transparencia, las decisiones aquí de manera interna se toman como una estructura organizacional; nunca he visto que una empresa se comporte de manera democrática, porque no es una asamblea, no es una cooperativa, hay directores de área, aquí la información se da a partir de la selección que hace el editor, pero no tiene una línea que digamos, de la dirección en cuanto que puede o que no puede publicar. Está definida en cuanto intereses periodístico. 2.- No, definitivamente, la situación social que vive el país, me parece que es algo que está rebasado y que a final de cuentas ha ido de alguna manera, hemos visto que no es suficientemente y lo vemos obviamente en las agresiones a los periodistas y a los reporteros. Yo creo que la situación tal cual a lo que vive al día de hoy, al final de cuentas si es tema de preocupación en materia de derechos humanos; precisamente uno de esos derechos humanos o derechos fundamentales es precisamente el ejercicio del periodismo de la libertad de expresión.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Ahí sí, el problema es que es un acto disperso que ha sido resultado de una relación muy tortuosa de la sociedad y los medios de comunicación y que mantiene por un lado disposiciones muy atrasadas. Si la ley de imprenta se aplicara cabalmente, si se cumpliera lo que dice, habría que multar a centenares de periodistas, caricaturistas y comentaristas, por fortuna no se aplica. Yo estuve sometido a un proceso judicial, porque un señor me demandó, por un texto que escribí, un locutor que se llama Pedro Ferris de Com, hace diez años; desde luego gane, pero tarde muchos años, teniendo que ir a tribunales, gastado en abogados... 2.- Si, normalmente sí, normalmente tenemos nuestro artículo 6º y 7º y las diversas leyes que existen son las dos que te dije se reproducen a nivel federal. Se elimina la penalización o desaparece la figura de calumnia, difamación o injurias en el código penal y se van a la parte civil, esto sucede por lo menos en la ciudad de México y en el ámbito federal, no en todos los estados de la república, cada estado tiene sus propias normativas, por lo menos en la capital sí...</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- He asistido a varias convenciones de la ACIP Asociación interamericana de Prensa, donde hay un capítulo donde los periodistas hablan sobre los problemas de ejercer su tarea, el tema de libertad de expresión; ahí te das cuenta, aquí el tema tiene que ver con todo lo que está fuera de la ley hablar de la ley es muy complicado, existen, o no se aplican, no se respetan o se soslayan, vives en una indefensión absoluta en el ejercicio de tu tarea.</p>
<b>¿Cómo ha manejado la prensa la libertad de expresión en las últimas tres décadas?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Depende de que décadas, en este siglo ha habido pésima libertad, incluida como el ejercicio que podemos hacer como periodista, todo podemos hablar pero con censura, dependiendo (...). Pero dependiendo del tema podrías incluso estar temeroso, podrías pensar que me va a pasar o incluso el</p>

	<p>periódico diría podemos platicar pero hay que proteger al reportero; al fin depende del medio. En La Jornada si ha habido esa situación de reportero para que actuaran como jurado y ha sido difícil... <b>2.-</b> La ejerce todos los días. <b>3.-</b> Bueno, evidentemente que hay cierto margen de libertad, pero también depende de la trascendencia de la información, hay cosas que se pueden decir y hay cosas evidentemente que no se pueden revelar.</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> No podemos dejar de hablar de libertad de expresión y ejercicio periodístico, van de la mano, pero además en la medida que ese derecho a la libertad expresión se respete, vamos a tener protección también para los periodistas; es una garantía para ellos y que esos mecanismos incluso legales los apoyen...</p>
<b>Investigadores académicos.</b>	<p><b>1.-</b> Tan pragmática como los nuevos esquemas, ceñida a dos esquemas, uno de la complacencia mutua y se ha mantenido y se mantienen medios de comunicación y el periodismo por supuesto, que aplauden a cambio del respaldo oficial, esto son los medios que se encuentran en mayor decadencia, pero existen muchos; incluso hay medios ceñidos a este esquema, que a veces el aplauso no están redituables, que golpean y pegan, como decía López Portillo, que golpean para que les paguen, a veces es más negocio descalificar, que aplaudir y en este esquema de recompensas y desavenencias, se mantienen muchos medios, sobre todo pequeños medios en todo el país...</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p><b>1.-</b> Hay mucha autocensura en los grandes corporativos mediáticos, que hacen en cascada hacia sus redacciones, son autocensuras propias de los intereses de cada grupo mediático, yo creo que todos te van a decir que pueden ejercer su libertad de prensa de acuerdo a lo que permite o conviene hacer; ¿Existe?, Sí existe, ¿Quien la ejerce? Los que tienen más valor, lo que están protegidos, lo que ya su ejercicio los protege de por sí; es difícil que haya otro Buendía, porque aparte no ayuda, pero el reportero de calle se las ve negras en ese sentido.</p>
<p><b>¿La ideología económica determina las directrices legales de los medios de comunicación escrita, las editoriales empresariales se han adecuado a este modelo neoliberal?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p><b>1.-</b> Mira te lo voy a responder de esta manera, en esta década, luego de 18 años la relaciones laborales de los medios con los trabajadores ha cambiado mucho, a partir de la reforma laboral, que legalizó la tercerización o el <i>outsourcing</i> hay periódicos o medios de comunicación que ya no tienen un contrato directo con el medio (<b>P: ¿La Jornada lo tiene?</b>). <b>R: La Jornada</b> lo tiene los dos tipos, estamos en la pelea, este año ya no debe de tardar en resolverse en marzo ya sabremos que determina... pero hay medios que no tienen contrato directo, sino que están <i>outsourcing</i>... <b>2.-</b> No, la definición periodística y propuesta periodística se define dentro de <i>La Jornada</i>. <b>3.-</b> Sin duda, porque si observamos la narrativa de los medios, el sistema legal, da legalidad al sistema laboral, los medios se benefician, con excepción de <i>La jornada</i> y <i>Proceso</i> los dueños somos periodistas, los demás son empresarios, algunos tienen algunas tradición periodística de familia, pero la mayoría son dueños de conglomerados de hoteles, de centros de la iniciativa privada, mueblerías, de empresas de seguridad privada, esos son los dueños de los medios, obviamente hay una conexión bastante cuestionable entre los propietarios de los medios y el sistema económico neoliberal. Yo siempre digo, que hay una convivencia con objeto de que los dueños que compran medios, estén comprando cartas de impunidad a la hora de enfrentarse al sistema legal. <b>4.-</b> Si usted me está hablando del modelo económico de un sistema nacional, si evidentemente influye, ya las particularidades que tienen cada gobierno es otra cosa.</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> Si, definitivamente ese es un hecho, si tiene gran influencia, me parece ese mismo modelo económico de alguna manera estamos viendo unos cambios en las publicaciones impresas, definitivamente si tiene una influencia. (<b>P: ¿Son positivas o negativas?</b>). <b>R:</b> Yo creo que al final de cuentas, podríamos decir que simplemente montarte al cambio de ese modelo económico, yo creo que tiene sus grandes virtudes, ese cambio económico que incide incluso en la forma de comunicar; porque de pronto encontramos que ahora los medios digitales, vienen a ser de una manera una alternativa de los medios impresos, tienen su parte social, por ejemplo, en nuestro caso nos hemos subido a esa transformación que además si viene de ese modelo económico. Tiene esa parte social de poder comunicar, de llegar a más lugares donde quisiéramos estar por ejemplo, bajo una prensa tradicional; yo creo que no lo vería como algo negativo, lo vería como simplemente, es un suceso que definitivamente incide, ahí viene los retos de los medios de comunicación para estar subidos a ese cambio.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> No, yo creo que no, yo creo que lo que se ha hecho, se ha optado, no ha habido cambios, de tal suerte que esa influencia, no se traducido, no se ha transformado en norma jurídica, porque en el régimen legal, en materia de creación y de operación de medios impresos, sigue siendo el mismo desde hace muchos años, por la figura que ya te comente, son las mismas que existen, no ha habido ningún cambio en ese sentido.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p><b>1.-</b> Yo te diría que no es el modelo económico, sino la corrupción que con lleva, el modelo económico no tiene que ser corrupto per se, es un modelo económico que genera riqueza en base a lo que el mercado solicita y compra; yo no veo en ese modelo que afecte el ejercicio periodístico, el problema es que el poder corrompe, el poder económico corrompe, el poder económico ayuda a que tenga la capacidad de limitar el ejercicio de la libertad de expresión o muchas otras cosas. Lo que sí genera es</p>

	la corrupción y como se usa el dinero que se obtiene del modelo neoliberal a discreción, lo que genera todas estas agresiones.
--	--

Núcleo temático 3.- ética profesional.	¿Cómo considera la ética periodística en México?
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Quizá un poco voluble, si hay reporteros de una pieza, pero también tenemos que trabajar para el medio, hay medios donde los reporteros tienen que pedirles la orden para que se los asignen y hacerles la información como se la piden, no es que sea una ética voluble de los reporteros sino que la ética está sujeta a lo que la prensa quiere y como cada vez hay menos fuentes de trabajo para reporteros y hay algunos que tienen que ceder, es la disyuntiva, ver si un trabajo es ético o no, aunque no nos guste de repente. 2.- Existe un periodismo de alta calidad, cada vez más profesional, existe una generación de jóvenes periodistas tremendamente dotados, técnica, profesional y éticamente para ejercer la actividad, los últimos años del periodismo en México han sido excelentes, pero sin duda serán mucho mejores los que vienen. 3.- Yo voy a responder en dos planos, el plano más importante es de los reporteros que ejercen el periodismo, todos los días, saliendo a la calle a conseguir a buscar información, ahí la ética de estos periodistas esta menos manoseada, si se puede decir, por los grupos de intereses, que los del segundo bloque de periodistas, que son los columnistas, los que tienen un programa de radio, un programa de televisión, que todos ofrecen sus servicios al mejor postor. Ahí es donde se rompe esa frontera entre la ética y los periodistas de diario de los que salen a la calle, los reporteros, desde mi punto de vista son los que tiene más credibilidad y honorabilidad. Los otros periodistas entre comillas más famosos, podría decirte esta el 99 % está comprometido. 4.- Bueno yo le voy a hablar desde mi perspectiva personal, como reportera, como periodista y de lo que yo viví con mis compañeros, yo creo que la mayoría de los compañeros tratan de ejercer profesionalmente el periodismo; evidentemente tienen que responder a los intereses de sus medios de comunicación, porque he sabido que si no es así eres despedido.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Creo que se ha avanzado mucho en ese aspecto, como te contaba al principio, cuando comenzó Reforma, los periodistas vendían publicidad, cosa que era algo muy extraño; puesto que tenían que hablar bien de las personas que cubrían para que estos les dieran publicidad. Esto ha cambiado mucho, la llegada de Reforma ayudo mucho a profesionalizar mucho los medios en México, en muchos sentidos, no solamente en cuanto a ética; sino en diseño en cuanto al diseño, Reforma fue de los primeros periódicos que uso el color al 100 %, se usó el color, el diseño, la fotografía y eso provoco que poco a poco que los demás medios a hacerlo. Reforma llegó pagando sueldos decentes, sueldos más dignos para que la gente pudiera vivir y no tuviera que andar agarrando “cochupos,” mordidas, actualmente hay de todo... 2.- Bueno es un tema muy complicado, en términos históricos por decirlo, hace algunos años, algunas décadas, las carreras de comunicación y periodismo siempre se ha tenido a la ética como algo muy valioso, sin embargo, en la práctica es muy común, bueno era prácticas que no son éticas, por ejemplo, recuerdo que estando en la universidad, incluso había periodistas que iban a dar conferencias y hablan de cosas muy concretas, de algo que se conoce como el chayote, el dinero que se le da a un periodista para cooptarlo y entonces en las clases de periodismo decían que eso no debía ser, pero luego iban algunos, no todos, pero algunos periodistas abiertamente a decir que no pasaba nada, que así eran las cosas y que debías de aceptarlo siempre y cuando no te corrompieran, ósea un absurdo...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Es igual difuminada, incierta, vigente en algunos casos y sobre todo insuficientemente explicita. Una gran cantidad de periodistas todavía hoy y esto ocurrió desde los años 90, cuando empezamos hablar de estos temas en México, ya se hablaba, pero en una mayor discusión académica y a veces en segmentos en los medios de comunicación; consideran que los parámetros éticos, vaya, los códigos de ética por un lado y por otro lado la creación de instancias para garantizar que se apliquen, consejos de redacción, defensores de lectores, este tipo de recursos, limitan el ejercicio de su profesión. 2.- La ética profesional, es un anhelo, un reto, existe en la medida de que es posible, digamos que es una guía referenciada, obviamente si hay problemas de ética periodística, por desconocimiento, por una falta de formación de los propios periodistas, por falta de ingresos de los propios periodistas que incurrir en actitudes -Chayoteros-, algunos columnistas también, en los recursos económicos de las fuentes que viene a ser un complemento mayúsculo a sus sueldos que son reducidos, y entonces mientras no haya una ley que establezca salarios dignos para ejercer el periodismo, pues la ética o cumplir con la ética idealmente, pues va ser difícil, se podrán cumplir aquellas porciones de la ética que no entre en conflicto con los ingresos o posibilidad de ingresos económicos de los periodistas, pero tenemos mucho que hacer, tenemos un avance por lo menos doctrinal en ese sentido, un avance académico, pero no un avance en la práctica diaria, con algunas excepciones por supuesto, no quiere decir que sea una tendencia general, es decir que en todos y cada uno de los casos suceda esto, pero si como tendencia si se da.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Hay periodista muy éticos y periodistas que no lo son tanto. En general el gremio ha sido muy vapuleado, muy atacado, por muchos años de “chayote”, mucha gente les ha dado dinero a muchos reporteros; conozco muy buenos amigos periodistas, súper éticos, que se ven afectados por ese gremio, es la menor parte pero existe y a veces esos son los más socorridos para escribir o cubrir algunos</p>



	temas, porque son los que son los más fáciles de acceder a esas circunstancias.
<b>¿Cómo se percibe al periodista con respecto a otras profesiones en México?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Si tenemos un desprestigio alto, no como los diputados o los policías que están en los primeros lugares, (<b>¿Del cero al diez donde lo pondrías?</b>) yo creo que en el ocho y en algunos lugares el diez, o fuera de ese diez, también depende de los medios porque hay de todo, eso también es parte de la tragedia nacional, una sociedad poco o mucho sin remedio, (<b>¿Qué quiere decir sin remedio?</b>) si tú vas a la calle y te encuentras a alguien no te saludan, la gente tira basura, no cuidan el agua, no hay conciencia en estas cosas, que no piensan en la ciudad, pero sobre todo cuando ves las conductas personales en las calles deja mucho que desear.</p> <p>2.- Bueno, eso es nuevamente creo es algo que debería contestar alguien más, porque un periodista daría una opinión sesgada, pero... si se puede encontrar una aproximación, que son encuestas de percepción que se realizan y definitivamente no es la profesión ni el personaje más popular que hay, no está en la parte más baja de la escala, pero si está en tercer o cuarto lugar...</p> <p>3.- El periodista en México es muy ingrato, yo ejerzo el periodismo pero yo no soy periodista de profesión, yo hice mi carrera en materia de historia, pero desde muy joven me metí a trabajar en una redacción, desde los 13 años me metí a trabajar en una redacción, para mí el olor de la tinta fue lo que me atrajo a esto; (...), pero la percepción con otras profesiones es muy ingrata, hay mala paga, no se paga como en otras profesiones, debería corresponder a alguien que arriesga su vida todos los días; en comparación a otras profesiones el periodista es una profesión de calle, están en la calle todo el día no es como un doctor en un consultorio, como el abogado en una oficina o en un juzgado, te puedes encontrar lo menos insospechado en tu labor diaria, pero comparado con otras profesiones, esta es una profesión súper desgastante, pero súper apasionante porque vive lo que la mayoría de la gente no vive y se entera de lo que a mayoría no se entera y conoces a los personajes más interesantes de la política mexicana.</p> <p>4.- Yo te puedo decir que las jornadas de trabajo son largas y extenuantes, hay poca profesionalización, por lo mismo, lo que no quiere decir que el periodista no se profesionalice, lo hace en el día a día, en el ejercicio de su profesión, pero los salarios son bajos, no hay prestaciones adecuadas, está digamos en un lumbral que podríamos calificar como no una buena profesión, digámoslo así.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Prefiero no hablar.</p> <p>2.- Yo creo que hay que hablar de percepciones y estereotipos, durante muchos años al periodista se le percibía como personas no profesionales, como las personas que no pudo ser otra cosa que ser periodista, había la imagen del periodista desde el periodista borracho, bohemio, etc. Creo que hubo una profesionalización del periodismo a lo largo de la década de los 70, 80, 90, donde incluso se abrió en México la escuela de comunicación y periodismo y entonces empezó a ver al periodista profesional y hubo un gran auge, combinado también con la visión de sí... pero muchos periodistas son corruptos, muy asociados, cercano a los políticos, insisto, viene ese cambio y la percepción mejora muchísimo...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No sé cuál sería el diez, es decir, no sé cual profesión ameritaría el diez, Senador, Chef prestigiado, Profesor Universitario, depende. Yo soy un profesor muy privilegiado, porque tengo muchos años de antigüedad, de esos sobresueldos que dan cuando uno trabaja más y no tengo derecho a quejarme, pero muchos colegas míos sí, que acaban de entrar y tienen salarios que no han mejorado; es decir, depende de las circunstancias, hay Arquitectos que tienen buenos trabajos y tienen buen reconocimiento social y otros que no entran a ningún despacho...</p> <p>2.- Yo creo que el periodista no tiene la mejor imagen, pero tampoco la peor, yo creo que está en el justo medio, no tiene la imagen de lo que podría ser la policía, los cuerpos policiacos o los políticos, pues están con una imagen muy desacreditados, ni tampoco la imagen negativa de violencia de forma internacional, que está muy acreditada, entonces estamos en caso de periodistas con un porcentaje de menor acreditación sin llegar en los niveles de excelencia que podrían existir y que hay varias encuestas de opinión que puedan dar cuenta de lo que estoy diciendo.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Yo te diría, que el periodismo es una profesión que a veces es tan atacada como los policías, como los políticos, porque no es lo mismo un periodista que cubre la nota roja a uno que cubre negocios; son dos mundos completamente diferentes, por este lado no corres muchos riesgos o no corres riesgos realmente, incluso hay gente que quieren que escribas sobre ellos y por el otro, al otro periodista que hace su chamba, que no le quieren dar información, que no cubras nada de lo que se dice y si hablas de eso te pueden matar. La verdad es que hay muchos mundos para periodistas, cubrir negocios, cubrir sociales, es una profesión tan mona como es ser abogado, arquitecto o decorador; pero por el otro lado eres un <i>Rambo</i>, eres un tipo que arriesga la vida por comunicar cosas que ni si quiera quieren que salga a la luz.</p>
<b>¿Considera que existe una proporcionalidad profesional y el nivel educativo en el periodismo en México?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Yo creo que sí, los muchachos que entran a la redacción, no solamente tienen cursos, ahora tienen maestrías, buenas calificaciones, al final de la década del siglo pasado se fortaleció eso, todavía en la</p>

	<p>anterior década, hay periodistas hechos en la redacción, la profesionalización no garantiza un ejercicio práctico, ese se obtiene trabajando en el día a día. <b>2.-</b> Estoy seguro porque lo veo día a día, que hay periodistas más preparados y cada vez más conscientes de cuál es la esencia de la actividad periodística, definitivamente si claro, probablemente no se vea socialmente y no tendría por qué, porque el periodista no es protagonista, pero realmente causaría sorpresa cualquiera investigación que mirara (sic) toda la serie de maestrías, doctorados, diplomados, cursos, talleres; es una actividad que está permanentemente educándose y actualizándose, porque no podría ser de otra manera, las nuevas tecnologías, las nuevas formas de comunicación, la demanda que tiene la sociedad con respecto a la información, hacen imposible que trabajemos con técnicas viejas, es una profesión, es una actividad periodística que hace muy elevada los estudios, es algo que se puede constatar todos los días <b>3.-</b> Yo creo y esto lo hemos dicho esto no se vende en la calle, el periodismo se aprende en la calle todos los días, yo veo a mis alumnos en la UNAM, que quieren terminar su carrera para dedicarse a su beca de maestría, para después una beca en el doctorado y después un posdoctorado y ahí se la llevan, pero nunca tienen una experiencia profesional, mi hipótesis es que no hay incentivos para decir quiero ser periodista, porque no hay practicantes, en este país, en cuestiones de sueldos, en el ciudad de México de 6000 pesos al mes, proporcionalmente en dólares son 300 dólares al mes, yo gano mi salario nominal es de 48 mil pesos, son 2500 dólares, pero si buscas un término medio, de 18 mil pesos, no alcanza para nada, ni para ir al teatro, la vida del periodista es muy complicada. <b>4.-</b> Actualmente la mayoría de mis compañeros, de mi generación en adelante, hemos salido egresados de las universidades: de la UNAM, de UAM, de la IBERO. Quizás en la década de los 60,70; se hacían en el fragor de la batalla, en el día a día, pero por lo menos con el contacto que yo tengo de mis compañeros todos han estudiado carreras afines.</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> Si, evidentemente en la actualidad todos los nuevos periodistas traen una carrera, una licenciatura en algo, son gente que sin experiencia pero si formación profesional, <i>Reforma</i> tiene un programa de entrenamiento, es un taller para jóvenes periodistas y en el de unos años a la fecha se ha abierto de tal forma que ya no entran solo periodistas o gente que estudiaron comunicación; sino que se aceptan Filósofos, Ingenieros, Arquitectos, Escritores, como una manera de darle al periodismo mayor especialización o nuevas visiones. En el caso del periodismo mundial, yo creo que es más común encontrar gente especializada que no estudio periodismo, si que estudio en otras cosas, pero que se especializo en periodismo; entonces ya tienes por ejemplo a Chefs, escribiendo sobre concina, y antes eran reporteros que aprendían a hablar de cocina y ahora son gente que sabe cocinar, tenemos gente que estudio Arquitectura y aprende a escribir sobre Arquitectura. <b>2.-</b> En general la principal fuente de contratación de reclutamiento es nuestro taller, es nuestra convocatoria anual, recibimos aproximadamente más 1100 solicitudes y se quedan para el taller 40 y luego de esos 40, yo creo que contratamos 35, 38 la mayoría se queda siempre y cuando pases el taller y veamos su capacidad, para entrar al taller tienes que tener licenciatura o estar a punto de terminar la licenciatura.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> No, ahí está el caso de la chica que me reclamaba porque hablaba de ética, que estaba egresando de una facultad de una universidad pública, nos confirma que no. Desde luego la educación no estorba, la instrucción universitaria es un recurso más, pero no es fundamental para hacer un buen trabajo periodístico y con o sin instrucción universitaria, hay una enorme cantidad de periodistas que aunque no esté por escrito, tienen parámetros éticos... <b>2.-</b> Si, por supuesto, yo creo que ahora en México poco apoco empieza a ver más periodistas surgidos de las universidades, se ha emitido el acuerdo 286, por la Secretaría de educación pública, en cual se traslada los conocimientos empíricos de un periodista más un examen genérico, para obtener la cedula profesional y el título de licenciado en periodismo que es un mecanismo para los periodistas que no tenían, una buena parte una educación universitaria, obtuvieron un reconocimiento de su trabajo empírico en créditos académicos tan altos, que se obtienen y se han utilizado esa figura en el artículo 286, para reconocerles su conocimientos y expedirles su título y su cedula profesional respectiva.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p><b>1.-</b> El periodista per se, es una persona culta, estudia, lee, está informándose todo el tiempo, es una persona que trae mucha información; yo creo que la manera que el modelo profesional se ha dado para la contratación de los periodistas, parecen <i>FreeLancer</i> en todos lados, por cualquier cosa estas o no estás dentro de un medio, ahora puedes tener un portal propio, pero la difusión tampoco es tan sencilla, vives para poder estar en un medio y comunicar. Yo creo que no está bien percibida la labor del periodista, porque no está ese soporte empresarial que lo proteja.</p>
<p><b>¿Considera que debería de haber una regulación de la ética profesional del periodista en México?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p><b>1.-</b> Tendría que a ver unas directrices generales, porque cada medio podría argumentar como ejercer el periodismo, algunos periódicos lo han intentado, en el periódico donde yo estuve, había un defensor del lector, que era muy exitoso pero después se perdió. Yo creo que más bien debe de haber la autorregulación, partiendo de lo que está en la discusión, en el interés general de ellos, pero más bien a través de una autorregulación, si hay una regulación se empieza a generar un mecanismo incluso de presión- te saliste de este marco, entonces te vamos mandar declarar, pedirte tus fuentes- siempre existe esa tentación. <b>2.-</b> Ninguna, las libertades no se pueden regular, existen o no existen y punto, además quien la regularía, quien tendría que hacer una ley para regular al periodismo, los mismos personajes que son sujetos del escrutinio público, que van hacer la clase política, la clase empresarial o</p>

	los jerarcas religiosos, van a buscar una regulación para que haya más escrutinio hacia ellos o menos escrutinio, esta difícil limitar el periodismo se ejerce pero no se regula. <b>3.-</b> Si claro, la ética profesional de los dueños de los medios, la ética profesional de lo que se dicen periodistas pero no lo son, porque no reportean, ellos investigan pero no entrevistan, sobre todo ellos tienen que regularse necesariamente en la labor profesional en materia ética
<b>Reforma</b>	<b>1.-</b> No, el periodismo no necesita de regulaciones. <b>2.-</b> Tengo una opinión personal, yo no considero que un instituto pudiera regular la ética de los medios o de los periodistas, es un punto de vista muy personal, como una policía del reportero, finalmente la ética es algo que debe ser compatible asumido por la persona, porque aunque tengas un instituto que regule, finalmente si el reportero no tiene esa ética muy clara cuales deberían ser sus valores, se podría generar un problema administrativo y no sé en qué sentido podría ser ese instituto regulador, orientador o sancionador...
<b>Investigadores académicos</b>	<b>1.-</b> Yo creo que debe de haber reglas éticas en todos los medios, lo he escrito, incluso alguna vez hice un código de ética, que tomaron algunos los medios. Me parece que hay una obligación pública y moral de los medios para tener códigos de ética, pero no debe ser obligatorio, es lo que he sostenido siempre; o una diferencia esencial, las leyes formales nos obligan a todos cumplir una corrección de parámetros que establece el Estado, para normar nuestra conducta, es ilegal que yo le confisque su computadora, no se vale, me apropio de algo que no es mío y eso está sancionado por la leyes... <b>2.-</b> No, porque la ética periodista es ajena al derecho, son dos componentes distintos, el derecho es coercitivo, es obligatorio, es creado por un órgano distinto, en este caso el Congreso, sus normas son obligatorias y en el caso de la ética no es coercitivo surge en el espacio de los periodistas, con el propósito de regular el la mayor calidad periodística, en cambio la ley lo que busca es regular los mínimos para la convivencia pacífica y ordenar a la sociedad, de manera que si creamos una regulación, debo decir que no exista en otros países, lo que llamamos autorregulación regulada, se da más que en la prensa escrita, que no privada, se da más bien en los servicios de telecomunicaciones de portales de servidores de internet como en Alemania...
<b>Publicista independiente</b>	<b>1.-</b> Yo creo que esta sobre regulada la ética, hay leyes que demarcan líneas estrictas de códigos de ética dentro los mismos medios y por fuera la misma ley, si escribes de alguien tiene derecho de réplica, si lo difamas te demandan, qué más podemos regular sobre la ética del periodista; lo que no esté dicho ya se hizo, ¿Qué vas a poner no puedes recibir dinero? Eso ya existe, desde mi punto de vista creo que ya está sobre regulada el actuar del periodismo.
<b>¿Cuál es la percepción de los niveles de autonomía profesional en el ejercicio periodístico en México?</b>	
<b>La Jornada</b>	<b>1.-</b> Yo considero que depende de cada persona, yo me siento muy libre, siempre los medios van a querer que el enfoque de la noticia sea uno, la noticia es un hecho social, tiene sus enfoques, fuera de eso yo me siento muy cómodo, yo me sentía cómodo en <i>El Economista</i> , en ese tiempo el director me daba mucho margen como reportero, no me sentía tan cómodo en el <i>Heraldo</i> , pero ya hemos crecido como periodista, entonces yo creo que la credibilidad que quien tenga se la ha ganado. <b>2.-</b> Totalmente, los límites son la capacidad personal de cada quien. <b>3.- ¿?</b> <b>4.-</b> Bueno cuando compran el espacio, se publica al menos en el caso de <i>La Jornada</i> tal cual, como lo están pidiendo por la compra del espacio, pero también existe la publicidad que los favorece; es decir, se dan las dos facetas, la que se publica tal como compran la publicidad y la otra donde dan un pago donde dan la noticia donde la noticia favorezca al candidato, al gobernador o porque no se publique lo que les está afectando, suceden ambas cosas.
<b>Reforma</b>	<b>1.-</b> Hablar del México es muy complicado, es decir, si y no, depende de que medios, hay medios que no la tienen, claramente no la tienen y que sus propios periodistas lo dicen y hay otros medios que sí. Yo puedo decir que en términos del <i>Reforma</i> que existe esa autonomía profesional y que esa autonomía profesional está garantizada y sustentada por la estructura del sistema de la propia empresa, no es algo que se conceda, está garantizada, pero muchos otros medios creo que no, por eso creo que a nivel de medios más pequeños tal vez, donde hay medios que incluso no son periodísticos, sino más bien negocios, ahora en elecciones surgen muchos medios que buscan captar la atención publicitaria del gobierno de los propios partidos, en mayor o menor medida profesional, pero en otros medios si es importante tener una autonomía profesional.
<b>Investigadores académicos</b>	<b>1.</b> Bueno, no hay ejercicio profesional absolutamente autónomo y mucho menos cuando se trata de una actividad de interés público, todos quienes están en un medio de comunicación, tienen un contexto, tienen intereses, el interés de la empresa, el interés político de cada informador; por eso yo digo, que no existe la objetividad en la comunicación, no la hay en ninguna actividad de la vida y mucho menos en la transmisión de información o de acontecimientos, que siempre son presentados con los matices que le impone cada comunicador... <b>2.-</b> Muy pocos, yo creo que la mayor parte de la gente es empleada, cumple una nota cumple ordenes de trabajo, cubre algo que se le encarga, pero que tenga la autonomía para poder decidir qué investigación quiere llevar a cabo, el tiempo que va a durar, bueno son excepciones de lo que llamamos periodismo de investigación, que tiene son muy pocos, en el ámbito impreso presentaría únicamente dos; que sería el <i>Reforma</i> y la revista <i>Proceso</i> y quizá en menor medida el <i>Universal</i> , todos los demás tienen que cumplir con su nota diaria y entregar su trabajo y si les queda tiempo intenta hacer de periodismo de investigación, pero no dedicados desde el punto de vista de la empresa, te damos seis meses de tiempo para la investigación que nos propusiste y aquí

	tienes todo el apoyo del periódico, eso no es, es el día a día tener que entregar un número determinado de notas.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Tanto como lo permita tu bolsillo y el medio donde estas, si afectas los intereses del medio donde escribes, seguramente estarás fuera del medio.
<b>¿Considera que la ética profesional del periodismo en México tiene principios liberales del capitalismo?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Más bien depende de quien sea, depende de los dueños, los dueños pueden presentarse muy liberales, pero atender una economía que les conviene. 2.-No podría contestar eso. 3.- Si claro, es una pregunta que va asociada con las anteriores, el fenómeno global económico, claro que influye diario, nos pone condiciones muy específicas para desarrollar esta actividad, porque también los medios tienen que sobrevivir.
<b>Reforma</b>	1.- Yo creo que no se puede hablar del periodismo en México porque no es un monolito, hay distintos periódicos y distintos periodistas dentro de esos periódicos, hay periódicos donde sus dueños construyen hospitales o a vender sus servicios al gobierno, pero necesariamente todos sus reporteros son corruptos o están alineados a trabajar así, sino que tienen ganas de hacer periodismo y ganar una nota, pero terminan sirviendo un propósito comercial; es muy vago decirlo así, si tú hablas con cualquier periódico como el director el “sol de México” te va decir que su interés es hacer periodismo, pero la realidad te refleja otra cosa, lo mismo <i>Excelsior</i> . 2.- Creo que en México se pueden ejercer, es factible, pero es decisión de cada medio o periodista, si me preguntas libertad de expresión en México hay, si la hay si la quieres ejercer, porque si la quieres ejercer, depende de los proyectos de negocio que tenga el propio medio, puede ser complicado o no eso es independiente.
<b>Investigadores académicos</b>	1.- No y a diferencia de esos esquemas, supongo que estás pensando en lo Hallin y Mancini, que ubican al periódico nórdico en uno de sus modelos, en aquellas circunstancias los medios de comunicación, comparten no solo la ética liberal y el modelo protestante, que habla Weber; que supone que la honestidad, supone con razón, es fundamental para ganar la confianza y en el caso de los medios de comunicación, sin la confianza de la sociedad no pueden desempeñarse, porque reside la confianza en la sociedad, entre otras muchas cosas, porque los medios son negocio y si no son negocio no circulan, si no tienen electores o anunciantes desaparece... 2.- Yo creo que reproduce los principios democráticos que se establecen en los códigos de ética de los países desarrollados, sin duda, no puedo decir si es capitalismo o no, porque creo que ética más allá del capitalismo o no, pues más bien lo que se busca es una ética de procedimientos, no es un ética de otro tipo y es lo que me parece como se debe de entenderse como una ética, los procedimientos las formas de actuación que están establecidos en los diversos códigos de éticas en el mundo entero, en Alemania, Francia.
<b>¿Considera que el ejercicio profesional del periodismo en México, está basado más en su trabajo real que en las filias políticas?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Si fuera la prensa diaria, más bien sería lo segundo, se presenta de acuerdo a cada medio y relación que tenga con los partidos, es muy incierto, no hay una política específica a todos los medios por igual, depende de que estés leyendo, la diversidad de medios si permite identificar la información de que nos quieren decir en las primeras planas. 2.- Yo creo que el periodista siempre toma una posición, aunque se diga que es imparcial, es un tema que siempre se discute y siempre está en una interminable controversia, pero quizá la imparcialidad no exista, el mismo hecho de decir que es imparcial implica tomar una posición, el enfoque que yo le doy a una nota, la parte que mí me parece atractiva de una información, refleja en esencia una posición propia y si esa posición está apegada a las leyes y no implica tergiversar, mentir, calumniar, inventar, pues es una posición totalmente válida. 3.- En su trabajo. Muchos de los periodistas que estamos actualmente, estamos por gusto, es una satisfacción, una necesidad de vida, yo tengo dos negocios, si no, no podría vivir, si a mí me resulta difícil vivir con 46 mil pesos, tengo que pagar escuela de los hijos, tengo que pagar todo, es muy complicado.
<b>Reforma</b>	1.- Considero que a nivel de estructura, está basada en estos principios más que en filias, es decir, afortunadamente, en este caso que hablamos, considero que hay una estructura bien definida, se persigue, se busca, se ejerce de la objetividad dentro de los cursos de la formación que damos, es un valor muy importante, dividimos de forma muy precisa lo que es la opinión y lo que es la información, para que el lector la tenga clara, pero cuando hablamos de objetividad, no podemos lograr la objetividad al 100 por ciento, porque somos sujetos, pero la tenemos como un valor a alcanzar y trabajar. Al nivel individual puede ser variable, es decir, creo que la mayor parte de los periodistas en México por lo menos al nivel de formación, si buscan esa independencia de criterios, no vinculada a partidos, es decir, en México creo que si está como un valor el periodismo no de causa, sino un periodismo más objetivo de libertad de expresión...

<b>Investigadores académicos</b>	1.- La objetividad del periodismo yo la entiendo con el compromiso en la información, dar cuenta de la mayor parte de puntos de vista que sea posible, pero insisto, a mí me parece que la objetividad plena no existe y que es una construcción ideológica que resulta un poco engañosa, porque bien a bien, no hay periodista plenamente objetivo, ni hay periódico que lo sea absolutamente. 2.- Si claro en los códigos por lo menos que sé que se reconocen formalmente abrevan en buena medida de los estándares internacionales de los códigos de ética más desarrollados y repito son como guías referencias, pero no se observan de manera puntual.
<b>Publicista independiente</b>	1.- El periodista tiene autonomía, yo estoy consciente que la tiene, veo mucho más neutralidad en el periodismo que en los medios electrónicos, el periodista busca información que busca traducir en sus reportajes. Yo creo que no hay una filia necesaria.
<b>¿Considera que el ejercicio periodístico es una actividad que la sociedad lo ve como un servicio social?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Yo creo que todavía, porque las personas tienen más identificados cada vez su derecho a estar informados, no ocurría con esa identificación todavía en el siglo anterior, sobre todo en los 60,70, 80, el dominio gubernamental si ejercía una directriz sobre los medios, pero la sociedad si es cada vez más exigente, si nota un desvío o falla en la información lo dice, no lo dice directamente en los medios porque no hay un interrelación lector-medio, pero si en la redes sociales donde son más críticos. 2.- Si entendemos por servicio público el servicio social sí, es una actividad que tiene una profundamente arraigada en la sociedad, el periodismo informa sobre todo lo que ocurre, sobre todo lo que afecta o lo que puede afectarla, sin duda alguna, que actividad más pública puede a haber que aquella que se basa en dar a conocer al público su trabajo. 4.- Si, definitivamente el periodismo es una actividad que brinda un servicio muy relevante a la sociedad, entre mejor informada este, mejor será para comunidad; el ideal sería que se informara éticamente, pero no siempre se cumple y menos en países como México, aunque cada vez más hay periodistas más comprometidos y que precisamente han arriesgado su vida, han fallecido, en ese sentido.
<b>Reforma</b>	1.- La información si es un servicio público, entendiendo un servicio público como un ejercicio profesional indispensable para el desarrollo correcto de la democracia en México, si por supuesto, servicio público; si se entendiera como la obligación del Estado de financiar con recursos públicos, ahí no estamos de acuerdo, precisamente ahí se pierde esa posibilidad de la función de vigilancia que tendría el periodismo ante los poderes.
<b>Investigadores Académicos</b>	1.- Debería de ser, no lo es en muchos casos, al contrario, yo creo en no pocos casos lo que se busca manipular el derecho a saber, precisamente a cambio de ciertos beneficios económicos de parte de los gobiernos de los partidos políticos, del crimen organizado, de lo que se debe de decir, o se dicen cosas de una manera que no está sustentada, buscando no garantizando el derecho a saber, sino manipulando el derecho a saber que la mayor parte de los medios de comunicación tanto escritos como electrónicos y hay una minoría que no incurrir en eso, pero la gran mayoría sí.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Yo creo que sí, no sé qué tanto la gente aprecie esa labor, si lo comparas con un policía, al que deberías de respetar, pero no lo hacemos; porque se ha demeritado mucha su función, la imagen de este servidor público, en caso de un periodista pareciera que está ligado al narco, pareciera que es enviado de gobernación o del CISEN, pareciera que cualquier periodista está ligado aun mafia y no debería ser. Yo creo que el periodismo en México, más que otro país de la tierra, vivimos en un sistema de narcotráfico, carteles, mafias o los que dicen la mafia del poder, pareciera que estamos en un país de mafiosos; cualquiera que sepa diría que no tiene nada que ver, el mismo periodismo que le hemos dado de comer durante años es el mismo periodismo mafioso.
<b>¿Cuál es el lugar o el espacio que el periodismo debe de tener en el Sistema Político Mexicano?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Durante mucho tiempo se dijo que era el cuarto poder, pero eso lastimó mucho el papel de los medios, lo que sí tiene que ser, no el cuarto poder, pero sí como un contra peso, el ejercicio de la política gubernamental, incluso de las actividades que parecen no muy importantes para la sociedad, si tiene que ser un lupa, en el ejercicio de la sociedad, porque si no tenemos esa vista puesta en lo que hacemos la sociedad se puede torcer más. 2.- El periodismo es imprescindible siempre, en cualquier circunstancia. 3.- Es imprescindible, tiene un papel fundamental, tanto en lo social, lo político, lo económico, para educar; en todos los sentidos es fundamental.
<b>Reforma</b>	1.- Con una responsabilidad y una función específica dentro del quehacer democrático si, y lo tenemos muy claro, creo, como periodistas y de manera individual y como institución, debemos tener cual es la función y la importancia.
<b>Investigadores</b>	1.- Yo creo que tenemos un Estado que respeta, pero no garantiza a libertad de expresión. Tenemos un país muy grande, muy heterogéneo, yo creo que se puede documentar que la mayor parte de los casos

<b>Académicos</b>	la libertad de expresión se ejerce, incluso con críticas que pueden ser consideradas dentro de los casos de abusos que señala la legislación. Hay una prensa muy crítica, hay burlas y caricaturas y todo eso, que es parte del debate público y en algunas ocasiones en segmentos muy específicos del país, hay violaciones a la libertad de expresión, por parte de autoridades menores; los presidentes municipales son los principales “atentadores” de la libertad de expresión en algunas partes del país...
<b>¿La profesionalidad del periodismo está determinada por la relación con los partidos políticos o el gobierno?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Yo creo que sí, conozco muchos directores de medios que tienen una buena relación entre comillas, pero esa buena relación se puede pervertir, el sistema puede impedir que publiques cierta información. 2.- No, no tienen nada que ver. 3.- Tirante. Como te comentaba hace unos momentos, los periódicos necesitan y requieren ganar, un periódico es un gran negocio, sustentan sus ingresos en el pago de nóminas muy bajas, yo te comentaba hace unos momentos que las nóminas de los periodistas son bajas y los ingresos de los propietarios de los diarios son muy altas, yo tengo un salario muy alto como reportero profesional en la ciudad de México, porque en <i>La Jornada</i> existe la política pagar bien a sus colaboradores, antes que se vayan a pedir o/a recibir dinero. Es un asunto donde los dueños, como, Alejandro Junco en <i>Reforma</i> no es pobre, aparte de que <i>Reforma</i> ya no es de Alejandro Junco, Slim lo compro hace dos años, ya es accionista mayoritario; son empresas que ganan mucho, pero sus nóminas ganan muy poco, la verdad hemos dejado que nos maltraten como gremio, porque además no tenemos ninguna capacidad de decidir, estamos muy desorganizados, se han intentado crear sociedades de periodistas u organismos de defensa de periodistas, pero no se ponen en marcha, porque quienes la inician van y reciben dinero de los gobiernos, de los funcionarios, lo que sucede en México es algo muy lamentable y eso se tiene que decir. 4.- El Estado y los partidos políticos tienen mayor espacio en los medios impresos, sobre todo cuando compran publicidad o cuando pagan por la distribución de la nota periodística, pero después intuyes una información importante; porque es el quehacer político de los grupos en el poder o de los contendientes a procesos electorales y obviamente las actividades que realiza el Estado mexicano busca mucha difusión, de hecho debes de saber que los partidos políticos reciben del Instituto Nacional Electoral, un monto económico para difundir sus actividades entre el periodo de precampaña y campaña y es ahí donde se pagan a los medios de comunicación impresos sus actividades importantes.
<b>Reforma</b>	1.- Es que no está peleado, es decir, también las empresas pueden brindar servicios públicos. (...) Pero... yo me voy un poco más al fondo, es decir, si reconocemos que no está peleado, que no es lo opuesto al servicio público a empresa, entonces podemos hablar que si por supuesto y esa es la función y si creemos no es mi caso, que el servicio público esta contrapuesta a ser una empresa, entonces si puede haber excepciones, porque entonces la información sea general y trabajar en la información tendría que ser gratuito. Pero hay bases económicas en donde como finanzas un buen reportaje por ejemplo, quien va pagar ese buen reportaje, ¿lo paga el gobierno? porque es un servicio público o se puede organizar la sociedad en distintas funciones, en distintas formas, por ejemplo, algún periódico que es una cooperativa, cumple algunas forma, este periódico es una empresa cumple otra forma, siempre y cuando como institución social tenga muy clara su función no le veo ningún conflicto en que sea una empresa y que tenga incluso generar ganancia y que esas ganancias se reparta entre los que trabajamos aquí. No está peleado desde mi punto de vista.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Si por supuesto, en todos los medios, a lo mejor decir en todos los medios es decir demasiado, pero yo creo que muchos medios están realmente imbuidos en boletines de prensa de diferentes dependencias y están informado de lo que el gobierno quiere que se enteren; eso no significa que sea bueno o malo, el problema es que los medios transcriban su información propia, si no, no es periodismo, no estoy en contra de la información oficial, que la reciba quien la reciba, el contenido es el que el gobierno quieren que sea, hoy la gente que se informa piensa, o si no me voy a las redes sociales.

<b>Núcleo temático 4.- Paralelismo Político.</b>	<b>¿Cuál es la percepción histórica de la prensa con el Sistema Político Mexicano?</b>
<b>La Jornada</b>	1.- Visto por el sistema, ha sido de complacencia, de buenas relaciones, que permitan abordar ciertos temas y algunos momentos no es tan peligroso. <b>(Han dejado de tener esta relación)R:</b> Yo creo que no, pero cada vez es menos evidente, cuando menos se cuidan las formas. 2.- Hablemos desde la época liberal de la Reforma, que hay abundante documentación sobre eso, en esa época, durante el Porfiriato, durante la Revolución, durante la Etapa Postrevolucionaria, en la Etapa Actual; siempre ha habido una tensión, entre el periodismo y el poder político, porque no podría ser de otra manera, el poder político desearía que nadie se enterara lo que ellos hacen y el periodismo se dedica a dar a conocer lo que es de interés público, no todos están de acuerdo en que se sepan las cosas, no todos están de acuerdo a las críticas, eso es una tensión que existe pero es inherente al trabajo periodístico, la



	<p>tensión siempre existe. <b>3.-</b> El poder político en los últimos 30 años ha sido corrupto y corruptor, la percepción de la política y los partidos es que se ha convertido en una mafia que no suelta el poder por nada, la política es un gran negocio. <b>4.-</b> Definitivamente se muestra el estado de desarrollo político y el avance de la democracia en un país, si tú revisas los diarios te puedes dar cuenta que diarios reciben más publicidad y por lo tanto son más controlados por el Estado o de los grupos de poder. Y efectivamente te permiten observar cómo está el control o apoyo económico a los medios de comunicación y en ese sentido te das cuenta que tan democrático está el país, hay mucho control todavía en los medios de comunicación.</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> Ha habido momentos de prensa independientes y de periódicos que han estado al servicio del poder, creo que en México es un ejemplo claro de cómo el gobierno se ha servido de los periódicos para apoyar su desempeño, para darles la información que quieren dar, para ocultar la información que quieren ocultar, creo que debe de haber más periódicos independientes en México, para poder tener una vía más democrática, más abierta, México necesita más medios independiente en toda la República. <b>2.-</b> La prensa mexicana de origen, ha sido una prensa vinculada a los procesos políticos de cambio del país, los primeros periódicos surgen después del proceso de la independencia, otras ya, del proceso de la Reforma, desde luego los que estuvieron en la Revolución, lo que quiere decir es que siempre los periódicos se estuvieron definiendo alrededor de las tendencias continuistas, de las tendencias de cambio, principalmente Liberales y Conservadores, pero los periodistas más avezados, más puntillosos, más críticos siempre estuvieron en la parte liberal y después revolucionaria, pero había una asociación muy clara del periodismo con el movimiento del partido o la fuerza política que peleaba, yo creo que es hasta el siglo XX cuando se puede hablar... <b>3.-</b> Tirante, ha sido complicado porque el gobierno sea del partido que sea siempre va queriendo callar a la prensa, siempre quiere el gobierno sea de izquierda o de derecha o lo que sea, nunca quiere que se sepa las cosas y el periodismo lo que hace es revelar lo que no quieren que se sepa; cuando Fox era presidente nos decía que <i>Reforma</i> era “priista,” cuando Calderón era presidente nos decía que <i>Reforma</i> era “perredista,” Peña que es “priista” nos llama “panistas”; Andrés Manuel López Obrador como candidato y como gobernante, curiosamente las principales descalificaciones contra el periódico directamente, han sido del Andrés Manuel López Obrador que se dice de izquierda. No ha habido un presidente que hable tan mal de <i>Reforma</i> como lo ha hecho Andrés Manuel, no ha habido un priista que se atreva a hacer eso o un panista no recuerdo alguno, en cambio Andrés Manuel si ha lanzado todo tipo de ataques, contra el periódico y contra los periodistas, ah también el “Bronco” lo ha hecho.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> Pues depende, no podemos hablar de una prensa, si no de muchos casos por lo general, hemos tenido periódicos cobijados por el Estado Mexicano, que han abrevado, que se han beneficiado de algunas de las prácticas más tradicionales del Estado, pero esto es muy curioso también, que son, sin embargo; críticos del Sistema Político Mexicano, que paradigma democrático tiene la prensa no lo sé. Es un aprensión en términos generales y los periodistas en términos generales, son de talante liberal, apuestan por el pluralismo, desconfían del PRI y del gobierno priista, aunque vivan de él, se sintonizaron de manera exitosa con los gobiernos del PAN y siguieron viviendo en parte de estos gobiernos, son periodistas y medios sobre todo, son medios acomodaticios muy pragmáticos... <b>2.-</b> Muy vinculada, yo creo que desde el siglo XIX, la prensa ha estado vinculada al gobierno, ha habido partidas destinadas al pago tanto a los medios periodísticos como a los propios periodistas, cada vez se ha ido sofisticando esta forma para no hacerlo tan burdo y visible, pero sigue existiendo, sigue estando ahí, yo creo que mientras no tengamos una ley de protección oficial y mientras no haya un régimen de pesos y contra esos que no existe en México, para obtener dinero destinados a otros propósitos y asignarlos a medios de comunicación, seguiremos teniendo lo mismo.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p><b>1.-</b> Esa salida de Julio Scherer revelándose ante Luis Echeverría, escoltado por la policía cuando salió del <i>Excelsior</i>, hemos visto tanques en varias regiones de México, si ha habido una persecución y en estos tiempos ha habido altibajos, hoy <i>Reforma</i> se defiende limitando su publicidad gubernamental, no acepta más de 7% de publicidad oficial diaria, ellos no quieren vivir de esa entrada de dinero del Gobierno Federal; les ha ido muy este sexenio si, han corrido muchos, si, porque esto es un negocio, es un empresa y que sucede, pues aminoras tu planta laboral. No mantienes una grandísima nómina, sea como sea aunque no vendas, porque finalmente es una empresa. El grupo Reforma nunca ha tenido miedo, siempre ha tenido ese código profesional, en cambio para otros no ha sido lo mismo, puedo estar o no de acuerdo con su línea editorial pero así se maneja.</p>
<b>¿Existe un periodismo de opinión politizada en México?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p><b>1.-</b> Si está muy politizada, pero es por la diversidad de opiniones. <b>2.-</b> Yo estoy de acuerdo en lo que dices, de que algunos periodistas son figura pública, estoy en desacuerdo de que eso sea así, el periodista no debería ser una figura pública, porque él no es el protagonista de los hechos, una buena idea que yo tengo de un periodista, es como la que dicen que debe de ser un buen réferi en una pelea de box, no es competidor. El mejor réferi es el que no se ve y efectivamente sí, hay cada vez más periodista que se asumen como figura pública, pero yo pienso que eso no debería ser así, el periodista solo debería de reportar lo que ocurre... <b>3.-</b> Si hay una tendencia, sobre todo se da en este segundo nivel de periodistas, como se dice aquí la <i>comentocracia</i>, los que hacen columnas políticas, los que tienen espacios en radio y televisión, comentarios; a ese nivel si se da. <b>4.-</b> Bueno, regularmente los periodistas en el caso de los compañeros que trabajan aquí, yo considero que ejercen el periodismo de manera profesional, obviamente el ejercicio del periodismo permite crear constructos; pero en algunos</p>

	casos hay alguna diferencia, entre conciencia de clases, conciencia como periodista y conciencia social. Yo me atrevería a decir que ya depende mucho de cada uno, si hay personas que se mueven por intereses económicos, políticos, personales.
<b>Reforma</b>	<p>1.- Yo creo que esta respuesta te la pueden dar ahora, la transparencia y a veces la rudeza de las redes sociales, te encuentras como la gente puede diseccionar el cuerpo de periodistas influyentes en México, con casi asociarlos a algunas entidades o grupos gubernamentales o algunos partidos; creo que indiscutiblemente hay algunos periodistas independientes en México, pero creo que hay demasiado dinero público, manchado la labor periodística... 2.- Si nos referimos a los articulistas o comentaristas de un editorial siempre tendrán una postura, tenemos una diversidad de periodistas de articulistas, no siempre todos son periodistas de formación algunos son académicos, que escriben en un periódico, que emiten opiniones que pueden ser convergentes con algunas opiniones políticas, el problema por ejemplo con columnas de periódicos mexicanos, es que son dictadas desde el gobierno, en muchos casos. Columnas institucionales, eso eran muchos más común que hoy, columnas que iban afectar al periódico, columnistas que se prestaban para eso y que les dictaban lo que lo que tenían que decir... 3.- Es muy raro, si tenemos un gremio periodístico muy politizado y muy cargado hacia ciertos sectores, pero que una figura periodística se convierta en actor político es muy extraño y complicado, hablando de gente que hace reporte, que son reporteros de calle o que hacen noticias para la tele o para la radio o inclusive conductores de programas, te diría que hay dos o tres que tienen peso político, se vuelven importantes todos ellos en el juego político, porque a los políticos les interesa salir, ser mencionados bien. Pero que un medio, sea participe de la contienda política, no recuerdo alguno sea candidato por ejemplo, no recuerdo cuando fue la última vez un periodista si fue candidato; hay una simbiosis entre clase política ...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Sí, todo el periodismo es politizado y más en situaciones tan cargadas de ideologías como son las que imperado en México en los últimos 25 años, esto empezó a partir del 94, empieza a cambiar mucho la cultura política, la circulación de ideas, se polariza más el debate público, por muchas razones; yo creo que sí, se puede hablar de ese periodismo, cuya imagen se ha politizado. No sé, si esto afecte la reputación de los periodistas, lo que afecta la reputación de los periodistas, ha sido el ocultamiento de la realidad o los intentos para mostrar un franco de la realidad, que no se compara con todos los hechos, cuando los periodistas mienten, cuando dan una sola una versión, cuando aplauden, en general hoy en México y de hace pocos años... 2.- Existe un periodismo de opinión que evidentemente hay de todo, hay una buena parte del periodismo de opinión, del que tiene vínculos con el propio gobierno o intereses también privados, y en donde hay en no pocas ocasiones un incentivo no periodístico, para ejercer el periodismo de opinión si no que busca ser adecuado, para los financiadores de esos personajes, que se dedican al periodismo de opinión, yo creo que estamos hablando de una buena parte del país de este tipo esos personajes, hay por supuesto una parte más reducida, que no acepta este tipo de mecanismos o incentivos o de tratos y privilegia más bien su punto de vista de temas que considera que son parte de la agenda pública, temas de interés públicos y aportando datos veraces y opiniones legítimas o justas o por lo menos reales o que no tienen una trasfondo de naturaleza política de ningún tipo.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Si por supuesto, pero eso sucede en otros países, <i>Fox News</i> está totalmente alineado a Donald Trump, no tienen miedo de decirlo, está a favor de los Republicanos en México eso se nos hace como un pecado, yo creo que es justo que tu apoyes a Anaya, Andrés o al PRI o al PAN, PRI O PRD; los medios no es el limbo donde nadie puede tener preferencias, a nivel mundial existe, <i>Le Monde</i> esta un grupo o no, lo mismo el <i>Financial Times</i> está o no con el Brexit. Solamente este país nos queremos ver impolutos y no estar alineados con nadie, hay que privilegiarlo, hay que decirlo; no podemos decir que <i>Reforma</i> esta con el Bronco, <i>Reforma</i> esta con el Bronco y punto.</p>
<b>¿Cómo considera el ejercicio periodístico entre un reportero y un comentarista?</b>	
<b>La jornada</b>	<p>1.- El reportero tiene que salir todos los días a buscar su noticia, hacer la “talacha” como decimos, incluso ir a los “pinoles”, es una especie como de Olimpo en la plutocracia, hay muy pocos comentaristas que sean reporteros como profesión, tienen que salir los columnistas como reporteros, sino no tenemos que vender en la redacción. 2.- Si claro, absolutamente y existe podría decir yo en todos los periódicos en México, si tú ves <i>La Jornada</i> tiene claramente marcados gráficamente, que es una noticia, que es una editorial, que es las cartas de los lectores, cual son los artículos de opinión, está perfectamente delimitado, aquí tengo otro periódico <i>El Universal</i>, hace exactamente lo mismo, ¿Cuál es una noticia? ¿Cuál es una opinión? Eso está perfectamente delimitado, yo creo una forma correcta de enfocar el tema es: que los lectores son personas inteligentes, no les puedes engañar, no les puedes meter una opinión como noticia, no les puedes meter un comercial como nota. En el periodismo el objetivo central es servir a un lector y para servirlo hay que partir de la base de que es el más inteligente. 3.- Claro, el reportero es totalmente distinto a ese sector, incluso económicamente. A esa <i>comentocracia</i>, así se le dice, no es un término mío, a esa <i>comentocracia</i> si les paga muy bien y al periodista de la calle se le paga mal, pero incluso el ejercicio ético del periodista de la calle es más comprometido, no solamente ética, sino con la sociedad, porque el periodista de la calle, vive ahí con la sociedad, somos parte del sector mayoritario y nos duele lo que pasa igual que a la gente, cuando suben la tortilla, a diferencia de otros países que sí salen a protestar, aquí cuando suben las cosas no salen a protestar, pero finalmente nos duele; finalmente si hay una diferenciación bastante marcada entre estos pequeños <i>comentocratas</i> y un gran sector del periodismo a diario. 4.- bueno aquí si está muy delimitado entre un comentarista-columnista y un reportero, el reportero es el que todos los días va al evento, a lo que está ocurriendo afuera y escribe la nota; el columnista también sale, también</p>



	tiene encuentros con políticos, con empresarios con líderes sociales; no para escribir una nota, sino para escribir una su columna política, la información que le desliza que le revelan. Y aquí si está muy separado el periodista y el columnista.
<b>Reforma</b>	1.- Yo creo que sí hay diferencia entre un reportero y un comentarista, generalmente las notas que publican los diarios en la ciudad de México, son notas informativas, no son notas editorializadas, que esa nota informativa se estén entendiendo de un lado u otro pero con información es otra cosa; yo creo que sí hay la comentariocracia y el reportar un evento, creo que sí hay una separación. 2.- Suceden en ocasiones, nosotros presentamos la información de lo que sucede y los articulistas la comentan, aquí el tema sería que los articulistas no siempre se apegan a los comentarios de la información, ojala todos hicieran caso a los elementos informativos que entregan los reporteros, si son géneros distintos, son formas distintas de informar, son roles distintos dentro un periódico. Pero si existen esas dos posturas...
<b>Publicista independiente</b>	1.- Yo creo que sí hay una separación, ambos son periodistas, pero creo que en México no se le da el suficiente soporte y apoyo a los reporteros.
<b>¿En México existe la pluralidad informativa en el ejercicio periodístico?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Si, yo te puedo decir al ver <i>la Razón</i> y encontrarte con el enfoque de la información y encontrarte con <i>La Jornada</i> y es otro, ve al <i>Reforma</i> y detectar cual son sus objetivos, por fortuna no hay una sola visión del país 2.- En México es absoluta la pluralidad, en la ciudad de México hay 30 periódicos, hay 20 estaciones de radio, hay canales de televisión, hay páginas de internet, hay blogs, es una pluralidad absoluta, en México yo creo que nadie puede decir que no puede externar su opiniones, o que no pueda hacer periodismo, sin que esto quiera decir por supuesto, que no existan tensiones o presiones contra comunicadores, hay casos absolutamente públicos y conocidos, pero la libertad existe. 3.- Claro, la congruencia paga, si eres congruente con tus principios y tus principios apuntan a la credibilidad, vas a tener beneficios también. 4.- Si, si hay una diversidad de temas y de tópicos.
<b>Reforma</b>	1.- Creo que sí, no hay tema en México que no sea tocado, habrá medios que no los tocan, pero poniéndome yo en la bolsa general de periodistas o en medios, creo que en México si hay una pluralidad informativa tu puedes ver el servicio que hace <i>La Jornada</i> precisamente, un servicio hacia un cliente muy específico, <i>el Excelsior</i> tiene su propia electores, <i>El Universal</i> , <i>Milenio</i> , <i>Economista</i> ; yo creo que sí hay una pluralidad informativa. 2.- Yo creo que sí, pero no corresponde necesariamente a la pluralidad de la sociedad, si hay distintas opiniones, si hay distintos periódicos, si hay distintas voces, pero aquí hay absurdos de que uno puede ver las portadas de los 20 periódicos editados en la ciudad de México y de esos 20,19 o 18 traerán el mismo encabezado, la uniformidad se acentuó mucho en este sexenio, la uniformidad de los medios se acentuó de manera impresionante, por la vía del subsidio y la vía de la obediencia; a pesar de esto sí creo se ha expandido los periódicos de opinión diversa, no corresponde a las dimensiones de este país que es muy diversos de opiniones, segmentos socioeconómicos y distintos aspectos.
<b>Investigadores académicos</b>	1.- Sí, pero es difícil ubicarla, no tenemos periódicos organizados ideológicamente eso tiene ventajas y desventajas, como hay en otros países, en Europa por ejemplo. Es difícil reconstruir un acontecimiento a partir de un solo periódico o no siempre a partir de los mismos periódicos, hay asuntos que aparecen en un diario y luego en otros, que son semi-ocultados por unos y no por otros; eso está cambiando con las redes digitales o con el internet. Hoy en día la red es muy rápida y muy fácil encontrar distintos ángulos de un acontecimiento, aunque en los diarios no se muestren o se ofrezcan solo uno de sus ángulos. 2.- Bueno, no propiamente una pluralidad informativa, porque la mayor parte de los medios al tener una relación con el gobierno y con algunos grupos del crimen organizado, están dependiendo de ellos y hay temas que se pueden tocar, temas que no se pueden tocar, pero si hay una parte de un núcleo duro mínimo reducido, que hacen periodismo, digamos periodismo de investigación con mayor libertad y que hacen que no sea solamente un periodismo uniforme en México, sino que haya espacios para la crítica y eso en mayor medida justificaría que exista un pluralismo informativo, reducido acotado, pero es lo que existe y se ha permitido o no se llegado todavía a casos que se tenga que aniquilar es forma de realizar periodismo o generar desincentivos para no hacerlo.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Yo creo que está concentrada, porque los grupos mediáticos tienen intereses muy claros, están con alguien o en contra de alguien, veladamente, creen que nos lo disfrazan y nadie se da cuenta; es muy difícil que tú encuentres a este profesor, director de la universidad que quiso ser presidente, le den un espacio en los medios, no lo va lograr nunca en su vida, si Margarita lo sufre y Ríos Peter lo sufre imagínate.
<b>¿La prensa en México ha sido intermediaria a los intereses políticos o ha tenido una autonomía en su ejercicio periodístico?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- No, porque la estabilidad de los periodistas no depende de la relación con el poder de los medios, sino más bien, como los medios ejercen su papel como empresarios, lo que hacen es recortes, no suben sueldos, hay periódicos que tienen salarios de siete, nueve mil pesos al mes. 2.- Yo creo, aunque suene contradictorio, la prensa es cada vez más autónoma del poder público, a lo mejor existe la percepción

	de que solo existe el poder político, pero no es el único poder, aquí en México hay historias muy documentadas de cómo un estamento del sector empresarial ha ajusticiado a los medios de comunicación, ocurrió con <i>El Excelsior</i> en los años 70, ocurrió con el canal 40 hace pocos años, ha ocurrido con segmentos del clero, que presionan para que no se den a conocer historias sobre los pederastas, o empresarios que boicotean a parcialmente a periódicos que dan a conocer historias que no quieren que salgan a luz, yo creo que sería parcial decir que la tensión esta solo con el poder político, la tensión es contra todo tipo de poderes. <b>3.-</b> Es que, cuando dices beneficios económicos, es como si viviéramos en Colombia y nos pagaran en promedio mensual a los periodistas tres mil dólares, el periodista en México no puede estar conforme con su deterioro económico, yo no puedo estar conforme con la que gano, porque es poco. Si tú ganas bien eres muy objetivo, si ganas mal, en algún momento el poder económico y político te va alcanzar, porque te va pretender sobornar. <b>4.-</b> Tiene un pequeño margen de independencia, pero si hay un compromiso político, económico, con el gobierno en turno o con el gobierno capitalino.
<b>Reforma</b>	<b>1.-</b> Creo que si pudiéramos ponerlos en peso, el peso tiende más, a que los medios en México están cooptados por intereses económicos, empresariales gubernamentales y en probablemente en algún momento políticos; más que estar trabajando para servir al lector, están trabajando para servir a otras entidades y eso no es bueno para el periodismo.
<b>Publicista independiente</b>	<b>1.-</b> Yo creo que es forzoso que haya una alianza, llevo muchos años en esto y no creo que el Universal no ponga una publicidad si se las van a pagar, no creo que <i>Reforma</i> se oponga al banco HSBC, pagar una página, mientras no se meta con su línea editorial, hay una gran pauta en eso; probablemente hay sindicatos que ejerzan presión a diarios más pequeños o periódicos más grandes, pero porque hay una conveniencia económica, no veo una presión que ejerza los sindicatos de los maestros sobre algún medio salvo que haya una aportación económica.
<b>¿La autonomía política del periodismo genera desarrollo y estabilidad laboral?</b>	
<b>La Jornada</b>	<b>1.-</b> No porque es nuestro derecho, seguimos siendo los mismos que estamos, se han ido algunos, por la crisis financiera que tuvimos el año pasado, pero estamos la mayoría que queremos estar, yo tengo una contrato desde hace más de 20 años en la <i>Jornada</i> y he tenido una muy buena estabilidad laboral en el periódico. <b>2.-</b> Esto nos va a regresar a uno de los puntos iniciales, en este momento la única constante es el cambio, el mundo periodístico vive en una especie de licuadora, se está revolucionando uno de los sectores laboralmente más afectados con el cambio tecnológico, no solo decenas y decenas de compañeros han perdido su empleo, sino que las condiciones laborales se han precarizado por el cambio tecnológico. <b>3.-</b> Si definitivamente, pero no es una regla simple, pero no es algo que implique causa efecto, en <i>La Jornada</i> hubo un tiempo de estabilidad laboral y esa estabilidad laboral aun cuando hubiera dificultades económicas podías lograr; porque los trabajadores sacrificaron sus ingresos, diciéndole a la empresa no me des aumento, no me des más prestaciones, vamos a congelarlo durante un tiempo, hasta que mejore la situación económica de la empresa. Y se llegó a una buena relación entre los trabajadores y la empresa y eso permitió a <i>La Jornada</i> a hacer frente a situaciones difíciles, lo cual dejo de suceder a partir el 2015.
<b>Reforma</b>	<b>1.-</b> Indiscutiblemente, la autonomía del medio es el camino central para que ese periódico, si tiene funcionando bien todos sus procesos, sea un existo; tiene información relevante para sus lectores, circulación relevante para sus lectores, capacidad de captación de ingresos vía las circulación y las ventas. El periodismo independiente, el periodismo autónomo, genera probabilidades de éxito, siempre y cuando no tenga subsidios de gobierno, porque la otra opción es decir; no me interesa mis lectores, no me interesa la publicidad privada, lo que me interesa es tener subsidios gubernamentales. . . <b>2.-</b> No es una autonomía política como tal, es una autonomía financiera, como vive un periódico, aquí, reitero, se acostumbró a los periódicos a vivir del gobierno, del dinero del gobierno, está subordinado literalmente sucursales del gobierno o de gobiernos y eso supone que no tiene autonomía financiera, económica, pero eso va vinculado a que no tenga autonomía informativa y políticamente queda adherido a los intereses del poder en turno, que aquí es cada sexenio- hubiera sido bueno ver- la cantidad de dinero que se les inyecta a muchos periódicos para sostenerlos, porque en la evolución del periodismo hoy del periodismo impreso ha decaído, frente al auge del periodismo digital y la expansión de la información en otras zonas que no son necesariamente de periódicos impreso, es increíble de aceptar que un periódico tenga solvencia económica, más en estos casos donde no producen información propia y se convierten en ejes...
<b>Investigadores académicos</b>	<b>1.-</b> Hay una identificación con un modelo que nunca ha existido y que nunca se ha cumplido, que viene sobre todo del periodismo de los Estados Unidos. Un número enorme de periodistas dirán siempre que son objetivos, aunque no lo sean y una gran cantidad de lectores también dirán lo que ellos creen que es una prensa objetiva, pero luego; aplicaran ese adjetivo a los enfoques que no les gustan, si un periódico es crítico con un candidato que a él le gusta, un lector dirá ese no es objetivo, porque quiere una subjetividad que no aparece ahí...
<b>¿Considera incompatible la objetividad con las filias partidistas o ideológicas?</b>	
<b>La Jornada</b>	<b>1.-</b> Yo creo que la forma de enfocarlo es si nos atenemos a los géneros periodísticos, es decir, yo tengo

	<p>mi opinión política y mi opinión personal sobre múltiples cosas, pero mi trabajo es de reportero, yo tengo que reportar lo que ocurre, el mismo enfoque que yo le doy a una noticia revela en parte una toma de posición, ¿por qué le doy relevancia a esto, sobre esto? Ahí yo tomo una posición, pero no puedo externalizar mis puntos de vista, simplemente estoy reportando un hecho que ocurrió: “un avión se cayó encima del mar,” no puedo decir nada más. En cambio, por eso menciono los géneros periodísticos, yo soy un escritor de artículos de opinión, puedo tomar un hecho y opinar de cualquier cosa y estoy tomando una posición política claramente, el periodismo da varias opciones, informa y forma opiniones. <b>3.-</b> No, yo creo que son de las dos, todos tenemos filias y fobias políticas, yo tengo filias políticas. <b>4.-</b> Pues sí, lo que sucede es que hay una empatía a la clase política, que se ejemplifica en beneficios, evidentemente aquí se aplicaría la máxima de López Portillo: “de que no pago para que me pegues, te pago para que me trates bien”.</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> Yo creo que puesta la pregunta así creo que no, si tiene alguna filia o fobia vas a reflejarla como ser humano, eso muy importante que los periodistas que lo pretendemos en el Grupo Reforma, casi pudiéramos, casi insisto en eso; pudiéramos entrar como entre hoy hace rato a la oficina y quitarme el sombrero ideológico y colgarlo en un gancho, porque somos seres humanos. Pero debes de tener una disciplina periodística y la disciplina periodística no te dice: no tengas manera de pensar autónoma, es cuando le hables a lector hábleme con balance, háblale con una realidad diáfana, date a escribir al máximo la visión general de la escena... <b>2.-</b> Pues es lo mismo, es la misma línea, la objetividad como tal en el periodismo no existe, no existe el periodismo objetivo, cada periodista usa su subjetividad, el tema aquí es si se lo que hace informativamente con las editoriales corresponden y dan respuesta a las situaciones que suceden en una comunidad o se ocultan o se evaden, por tener un compromiso financiero o político con alguien del poder, lo veo más claro por ese lado</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p><b>1.-</b> La objetividad del periodismo yo la entiendo con el compromiso en la información, dar cuenta de la mayor parte de puntos de vista que sea posible, pero insisto, a mí me parece que la objetividad plena no existe y que es una construcción ideológica que resulta un poco engañosa, porque bien a bien, no hay periodista plenamente objetivo, ni hay periódico que lo sea absolutamente... <b>2.-</b> Si, por supuesto, yo creo que la objetividad te lo da más en el sentido español de veracidad, yo creo que tendría que ser lo que debe primar la constitución del artículo 20, de la Constitución Española lo que protege precisamente o tutela es la veracidad informativa. Y evidentemente a estar a favor de un partido, pues ya se hace un periodismo militante, que puede impactar negativamente en la veracidad informativa por razones meta-periodísticas, como por su afinidad o falta de afinidad, fobia o filo-fobia con algún partido político.</p>
<p><b>¿Hablemos si existe una intervención de organismos externos independientemente de los propios partidos o el gobierno, estamos hablando de sindicatos, ONG, organizaciones civiles en el periodismo en México?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p><b>1.-</b> Si totalmente claro, todo actor que tiene relevancia, colectivo, organización, gremio; evidentemente tendrá presencia en los espacios periodísticos, donde se marca la diferencia entre un medio y otro es el enfoque, si hay una huelga en una compañía, un periódico le dará más relevancia a la posición de la empresa y otro le dará más relevancia a los trabajadores, un periódico buscara no dar voz a los trabajadores y otro si, un periódico buscara mencionar ese conflicto como parte de un fenómeno más global que afecta a todo un sector, ahí es donde se marca la diferencia, es el hecho de que exista varias opciones periodísticas, el enfoque que cada uno tiene sobre los hechos. <b>2.-</b> No, ninguna, hasta el momento no ha habido ninguna influencia, cuando se hizo la huelga en julio del año pasado y nos eliminaron el contrato colectivo, nos quitaron todas las prestaciones y evidentemente los trabajadores emprendemos un huelga que impulsamos de manera democrática y cuando se vota por la huelga, la empresa como argumento dijo que había un ataque de grupos oscuros contra el periódico y que esos grupos estaban detrás de los trabajadores; lo cual es falso, no había ningún grupo, ni externo, ni sindicato, eran simple y sencillamente los trabajadores que estaban defendiendo sus ingresos, sus prestaciones y un contrato colectivo que les costó más de tres décadas construirlo y sus fuerza de trabajo también fueron despididas...</p>
<b>Reforma</b>	<p><b>1.-</b> Todos tienen influencia, en un día puedo ver a gente de ONG dedicadas a temas de la infancia, dándonos sus puntos de vista, retroalimentado al periódico, probablemente reclamando algún tipo de cobertura del periódico, como también puedo ver a los banqueros el mismo día, como cualquier partido político, como medio somos altamente influenciados para obtener información y nosotros decidimos al final, con las responsabilidades de darle información relevante a nuestros lectores, que ángulos llevar, que notas llevar, etc; pero claro que influyen... <b>2.-</b> Puede existir influencia, pero el diario como tal <i>Reforma</i> no, puede haber asociaciones civiles, que tienen algún interés, (sindicatos por ejemplo), puede sobre todo haber organismos que promueven valores o asuntos en lo que el grupo Reforma podemos coincidir, por ejemplo: la transparencia, la apertura de archivos, la opacidad en la información pública...</p>

<b>Núcleo temático</b> <b>5.-</b> <b>institucionalidad</b> <b>política.</b>	<b>¿Consideras que un diario es la representación política de una sociedad?</b>
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Si, cada país tiene un gobierno que merece, también tiene los medios que se merece, en este caso México tiene este tipo de medios que se merece, podemos ser mejores, siempre, pero los periódicos no se leen si la gente no los lee. 2.- Más que la representación política de una sociedad, yo veo un diario como el espacio donde una sociedad se comunica, donde una sociedad dialoga consigo misma, es decir; donde se ven reflejadas sus cuestiones cotidianas, sus vidas cotidianas, sus deseos, sus problemas donde se enteran de lo que hacen los funcionarios públicos, los empresarios. Un periódico es un espacio donde una sociedad se comunica consigo misma. 3.- Si de un sector, es decir, no representan políticamente a la sociedad, los diarios se identifican políticamente o viceversa, la sociedad también se identifica con los diarios, por eso los compran, porque hay una complementariedad. 4.- Yo creo que hay una retroalimentación entre ambos, creo que en esa retroalimentación, yo me atrevería a decir, que hay momentos de mayor lucidez, de mayores entregas que en otros; en el caso del golpe de Estado en Chile, en Argentina, en España, se callaron muchas cosas, se asesinó mucha gente, con toda proporción guardada...</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- No, "sorry" que lo diga pero la prensa en México no representa a sus lectores, no en el sentido que los lectores sean los que den la información, sino el respeto a sus lectores, creo que la prensa con mayor frecuencia atiende a otros intereses más que a su lector. 2.- Tenemos un periodismo que reproducen algunas cosas de la sociedad mexicana, pero no creo que represente concretamente. 3.- No, la gente no se ve... ahora que lo dices, en algunos casos como <i>La Jornada</i>, creo que si lo consume la gente que se identifica con su línea editorial, gente que se declara de pseudo-izquierda; los demás periódicos no veo tengan esa claridad ideológica y digo de pseudo -izquierda, porque finalmente el periódico <i>La Jornada</i>, también es muy complaciente con el gobierno, es como de dientes para afuera su oposicionismo, no es un periódico de oposición, puede ser un periódico de izquierda pero no de oposición.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Proporcional a como es el mundo político, porque tenemos a un segmento de la sociedad que no se compromete políticamente, los despolitizados o apolíticos, o sin expresiones políticas específicas, en términos generales, insisto; no hay un diario prototípico, en México no hay un diario de referencia como lo puede haber sido el "<i>País</i>" en España, o el "<i>Le Monde</i>" en Francia. Yo diría que en términos generales, que en la prensa mexicana, se recoge las expresiones políticas más relevantes y entiendo por ellas, la de los partidos con registro y algunas otras corrientes de opinión, estas están en los medios de comunicación, hoy no sé si hace 20 años, pero hoy creo que sí. 2.- Bueno un diario es una empresa, un diario es una empresa económica, es un negocio, que se necesita vender y lucrar, vender noticias, vender información que se supone es de interés público, no necesariamente lo es, pero eso es lo que existe, es un negocio, donde uno o varias se ponen de acuerdo y es un negocio igual que si pusiéramos un restaurante, que si pusiéramos algo, en su conformación económica y en su razonamiento de comportamiento, que sea una representación de la sociedad me parece en estos momentos, ciertamente utópico, salvo excepciones también, me refiero como se entiende todo esto, hay excepciones donde se busca hacer un periodismo crítico, un periodismo que dé a conocer a la sociedad elementos informativos que no lo dan otros medios, si lo existe, pero eso repito es la excepción a la regla.</p>
<b>¿Se puede llevar una empresa en términos de instrumentalización económica y al mismo tiempo ser una empresa de servicio público a la sociedad?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Es un poco complicado, nosotros hemos hecho un periodismo para la sociedad más que de tipo empresarial, tiene que ver cómo está la estructura interna de cada empresa, hay periódicos que son más una empresa que un periódico, nosotros no hemos visto al revés, le hemos dedicado más tiempo, más esfuerzo, muchas horas de trabajo haciendo el periódico, porque somos los reporteros, la directora nos exige mucho tiempo, todos los que estamos abajo somos reporteros y a eso nos dedicamos, la mayoría de los medios los dueños nunca han sido reporteros, por eso te decía desde el principio, el enfoque es distinto. 2.- Yo creo que sí y nuevamente apelo al lector, ¿Qué sería de un periódico sin lectores? ¿Entonces, como parte de la pregunta es? Si un periódico se inclina en favorecer a un candidato, aun partido, por favorecer a un gobierno, por supuesto que existe, no podemos engañarnos ante eso, claramente existe, pero eso no genera lectores, a un lector se le puede engañar un día, pero no se le puede engañar dos días y es más fácil ganar un lector que recuperarlo, ningún periódico quiere perder un lector, porque probablemente nunca lo recupere. 3.- Yo creo que eso tendría que ser parte de la fórmula, el ser objetivo, pero también ser una empresa que gana, está en su derecho, es su labor y es mi obligación social informar con veracidad, pero también tengo derecho como empresa a ser una empresa que gane y con eso poder pagar a mis empleados. 4.- No necesariamente porque difunda información de carácter público se debe de contraponer con una empresa, funciona como toda una empresa, con toda la maquinaria, horas de trabajo extenuantes, el periodista debe de estar tiempo completo y no porque trabaja como periodista se contraponen su función empresarial; a lo que me</p>

	refiero es que sigue sus principios igual que todas las empresas que desarrollan su capital.
<b>Reforma</b>	<p>1.- Si, totalmente, de hecho el lector reconoce muy bien eso, si tú ves el <i>Reforma</i> como fue ayer, el desvió de dinero de parte las Secretarías por donde ha pasado la Señora Rosario Robles, que es una nota política muy directa y tú puedes encontrarte en cultura un evento de ballet que va a venir a México, que es muy importante para todos y muy probablemente te encuentres en la sección de ciencia, el desarrollo de una nueva vacuna y te encuentras en ciudad de cómo se está habilitando un parque, la mezcla de toda la información, tiene indiscutiblemente un valor social, lo malo que cuando se habla de eso -te lo digo por años de experiencia-, es como que todo quisiera que fuera así, es como una nota parroquial... 2.- No podemos que la prensa pueda tener esta característica, hay periódicos, hablando de la prensa impresa, hay periódicos que tienen independencia de los poderes y sus publicaciones y su información está fuera de ello, hay periódicos de lectores o grupos de lectores, como es el caso de los periódicos del Grupo Reforma, pero otros periódicos, pues, si son correa de emisión y de intereses políticos específicos; reitero de ex presidentes y ex gobernadores, presidentes y gobernadores... 3.- Si, pero debes de tener un equilibrio, tu interés público es informar. ¿Para qué vas a informar? Para que la sociedad mejore, para que la sociedad crezca. ¿Cómo va a cambiar? A partir de tomar mejores decisiones correctas. ¿A partir de qué? De la información que tú le das. ¿Eso es lo que se pretende, eso es lo que se busca? ¿Qué busca un buen periodismo? Tener un mejor México, en el camino debes de tener la claridad y la responsabilidad de mantener el equilibrio financiero, la cantidad de gente que somos, la cantidad del equipo que se requiere, la infraestructura; eso es la parte complicada.</p>
<b>¿El periodismo en México tiene características del periodismo americano?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- No creo, las redacciones están hechas para trabajar incluso de noche, el modelo estadounidense es una edición de entran la 4 de la tarde y salen ocho, si acaso dependemos del importación del papel, si los seguimos porque tiene que ver un seguimiento de medios en el extranjero, con el tratado con Estados Unidos y con Donald Trump, si tenemos que leerlos, pero el modelo no tiene nada que ver, tenemos nuestros propios códigos... 2.- No tengo elementos para responder esa pregunta, básicamente porque no podría atreverme a opinar sobre el liberalismo americano, pero yo me aventuro a decir que <i>La Jornada</i> tiene una idea propia, no copia de otro lados, de hecho, voy más allá, creo que <i>La Jornada</i> en sus inicios fue pionero en una forma de hacer periodismo y en una forma de llevar una empresa periodística, no creo que sea un periódico, digo eso nuevamente hay alguien que lo vea de afuera podrá opinar mejor, pero no creo que su inspiración sea el estadounidense. 3.- Hay una idea del periodismo americano desde <i>Water Gate</i> y últimamente película <i>Spotlight</i>, de periodistas impolutos, pero obviamente eso ni aquí ni en China. Los periodistas también defienden tienen y defienden intereses, todos, no hay periodistas que puedan subsumirse a esta realidad, todos tenemos intereses, pueden ser ideológicos, políticos o empresariales, pero todos tenemos intereses. 4.- Si, en el término de que es un empresa que busca obtener beneficios, ganancias, formar parte del sistema, hacer alianzas con el Estado, que recibe publicidad y para recibir publicidad, tiene que hablar bien o mal, sí.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- En sentido libre mercado sí, en el sentido al respeto entre las personas, pero respetando la libertad individual también, si tomáramos esos dos, el libre mercado y le respeto entre las personas indiscutiblemente. Pero además, no es liberalismo americano, es el modelo americano, nuestro periódico tiene una estructura de negocio, mucho más cercana al periodismo americano que al periodismo europeo, somos un periódico que vive más de la publicidad que de la circulación; en Europa no viven tanto de la publicidad sino de la circulación, somos más americanizados hasta en el formato, pero así hemos vivido siempre. 2.- No sé. No podría contestarlo así, yo sé que en su origen y en su historia, lo que ha constituido este grupo empresarial <i>Reforma</i>, tiene una importante influencia de periodistas de modelos del periodismo norteamericano, pero lo que yo he vivido en Reforma en 24 años que he vivido aquí, hay importantes influencia también de lo que vemos del periodismo europeo, de lo que vemos del periodismo norteamericano y también te diría de lo mejor del periodismo mexicano, no lo veo como una similitud del periodismo estadounidense, tanto que deberíamos de pensar que el periodismo estadounidense ha pasado por una crisis muy fuerte, el <i>New York Times</i> ha pasado por una crisis de credibilidad tremenda...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No tanto, porque nuestros periodismo o empresas informativas, se basan en una usencia de ética, en una empresa con muchas ligas con el gobierno, los Estados Unidos es una empresa económica con un periódico no depende de la publicidad oficial, los criterios de pauta publicidad oficial se dan en función de estudios de naturaleza de un público objetivo cualitativo y cuantitativo, donde se valoriza si se otorga publicidad, pero los grandes medios norteamericanos no viven, o no están a expensas de una relación de contubernio de una corrupción con el gobierno, por lo tanto tenemos una relación diferente, allá son empresas donde compiten con el mercado de la información el mercado de la ideas y aquí son empresas que compiten por tener una mayor ventaja económica por parte de las fuerzas informativas.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Quedan pocos paladines, hay pocos Quijotes luchando, mucho del periodismo lo resumimos en columnistas, pero al periodismo de la calle no le tenemos mucho respeto; habría que darle más respeto, somos un país de columnistas, cosa que me llama mucho la atención. Tú ves los periódicos como el <i>Washington Post</i>, el <i>New York Times</i>, hay muchas notas de periodistas haciendo investigaciones, contra columnistas de gran prestigio y se nutren de todo lo que hacen ahí.</p>

<p align="center"><b>¿Considera que el periodismo en México es el guardián de la moralidad profesional en los medios de comunicación?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- ¿Como una especie de faro? Pues no, no nos lo hemos planteado así, al menos nosotros, pero no, no creo. 2.- No, la moral es un asunto personal y nadie tendría que entrometerse en la moral de una persona, el periodismo refleja lo que ocurre, no tiene más función que esa y esa no es poco, el periodismo no tiene que adoctrinar. (Quiero matizar esa pregunta: ¿Se percibe al periodismo como el baluarte de la democracia en cuanto a los medios de comunicación?). Como baluarte no, porque el periodismo esta hecho por personas y las personas somos falibles, entonces, yo creo que, insisto, no hay que ubicar al periodismo más allá de lo es, pero dicho esto; lo que es el periodismo es mucho, es algo muy relevante, social, cultural y políticamente. 3.- Yo creo que sí, el periodismo desde una perspectiva podría ser, si es posible, factible, que los periodistas seamos los guardianes éticos, pero se contraviene. Te decía hace un momento que el periodista en México no tiene la capacidad, no hay un sindicato que lo proteja de los medios o del poder, aquí en México si estamos en contra de una empresa te despiden no abiertamente, si no al instante. Si podríamos convertirnos, no en un intelecto, sino como una idea, que permea a la sociedad, que lo que haga el periodismo con su trabajo, va a garantizar que lo diga es la verdad que salga reflejado en los medios, eso sí significaría que seamos vigilantes de los medios, porque estaríamos predicando lo que a la sociedad le interesa que se publique. 4.- No sé, aquí es muy feo, yo como ex dirigente del Sindicato de Trabajadores Independientes de <i>La Jornada</i>, muchas veces le planteamos a Carmen establecer una clausula profesional, por ejemplo; si no comulgábamos con la línea editorial, los periodistas podíamos pedir nuestra liquidación porque no comulgábamos con la línea de la empresa, poder establecer nuestra posición, pero la empresa nunca nos permitió. Durante muchos años fue un periodismo muy progresista, pero ese periodismo ya se agotó, ya llegó a una etapa perfectamente como sus fines son ahora capitalistas, lo progresista ya no tan progresistas.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- No creo, el periodismo tiene una serie de valores, muy aproximados a la moral, que es la verdad, que es el respeto de los unos a los otros, el respeto a entregar un producto del valor al costo del que tú pides que el mercado te regrese, pero no creo que sea una responsabilidad moral, yo creo que cada quien tiene una responsabilidad de cómo crear su moral social; a nosotros nos toca de tomar una fotografía diaria y hacia adelante de cómo va el país, esa es nuestra responsabilidad y si con eso nosotros abonamos a una moral pública positiva bien, pero yo creo que lo periodistas no tenemos el cerrojo de la moral. 2.- No lo veo yo así, el periodismo a mi opinión lo que hace es informar, recopilar asuntos, reunir asuntos, organizarlos, jerarquizarlos, decirlos a la gente para que la gente tome decisiones, desde luego que un periodismo libre, independiente, ético, es decir, apegado a lo que ocurre, no se subordina a las fuentes, no se subordina a los poderes, no genera información que pueda poner en predicamento a algunos, pero yo no veo como un velador de las instituciones, no lo veo como un vigilante, lo veo como alguien que comparte con la sociedad, dice cosas y la sociedad decide que hace... 3.- Entiendo la pregunta pero voy a rechazar la palabra “guardián moral”, nunca seremos guardianes morales, yo no; pero sí creo que la prensa escrita tiene, más que ser guardián moral, si tiene la credibilidad que no tienen la televisión, ni la radio, ni los medios digitales. ¿La gente por qué sigue comprando periódicos? Porque sigue creyendo. ¿Por qué la gente sigue esperando la encuesta de <i>Reforma</i>? Porque sigue creyendo en ella, lo mismo los políticos, saben que la encuesta de <i>Reforma</i> no se vende y tenemos credibilidad más que la inmediatez de los medios digitales, la radio la tele; pero tenemos la profundidad, tenemos el fondo, el análisis, la reflexión de todos los hechos.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No, no sé si deba serlo, pero no lo creo, entre otras cosas, en el caso mexicano, porque el periodismo no suele ocuparse en los medios de comunicación, en otros lugares cuando hay cambios accionarios en una empresa de medios o cuando hay un despido de un periodista, como ha ocurrido recientemente en los Estados Unidos, eso se vuelve noticia; en México hasta hace poco y esto tiene limitaciones todavía, lo que ocurre en los medios no parece. En los medios. No hay un periodismo que tenga como fuentes a los medios de comunicación, es más, en muchos diarios cuando se habla de un medio de comunicación... 2.- Se supone que sí, ese es el ideal, que sea un contrapeso al ejercicio público y que sirva el escrutinio público, del ejercicio del poder.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Debería de serlo, creo que el periodista se ha dejado llevar, por ese periodismo de guerra de guerrilla, de protesta que tenemos y deja de lado lo poco que está haciendo la UNAM sobre los textos, la investigación aeroespacial, son puras críticas y críticas; el México que se refleja en los periódicos no es el México que vivimos los mexicanos, ahora estamos en un café y todo está tranquilo no como en Siria, no todos formamos parte de un cartel, hay más noticias, es más noticia hoy que diez mexicanos son arrestados por un robo a una joyería que otras cosas más importantes que tenemos.</p>
<p align="center"><b>¿Considera que hay una crisis en el periodismo, en lo económico, en lo tecnológico y en lo social?</b></p>	



<b>La Jornada</b>	<p>1.- Eso si cada vez hay menos lectores, los adolescentes cada vez leen menos papel, hay una crisis no solamente económica, sino yo creo que también de identidad, los lectores abren el periódico dando bandazos y dicen para donde vamos... nosotros hemos mareado al chavitos, pero, si hay una crisis tecnológica muy grande, que afecta salvo ciertas empresas muy grandes que puedan cambiar en rotativas nuevas, sus procesos internos, la mayoría no las tenemos, no solo para la impresión de papel si no para el uso del internet. 2.- Definitivamente y esta pregunta si la hicieras en cada una de las redacciones, en cada periódico en el mundo, la respuesta seria sí. El cambio tecnológico, metió a los periódicos en un verdadero huracán, estamos siendo todos los periódicos, todos los periódicos arrastrados por el cambio tecnológico, es un proceso que avanza a una velocidad tal y eso representa, incluso un riesgo social, porque ahora; los grandes son los generadores de opinión son los agregadores, ahora el mayor distribuidor de noticias en el mundo es <i>facebook</i> y <i>facebook</i> no genera una sola noticia, se sirven de los que hacen todos los demás y lo rentabiliza, eso tiene consecuencias sociales tremendas, que ahora estamos viendo, hay todo un debate de las noticias falsas, pero también ha llevado a todos los periódicos a una crisis económica, claro que sí. 3.- En México y en el mundo, el uso de las redes, sobre todo en México es un caso muy particular, nos ha llevado a cuestionarnos incluso la vida misma de los medios escritos, estoy convencido de que el hombre mientras siga siendo hombre, va seguir leyendo papel. Y si no quiero morirme así, pero si hay la influencia de las redes sociales como herramientas, la hemos exponenciado, como parte de nuestra vida, son la extensión nuestra para poder trabajar, tenemos un problema muy grave, que si sirven las redes sociales sí, pero no han hecho entrar en crisis. 4.- aquí quisiera hacer un símil con el cuerpo humano, yo creo que el periodismo es como el sistema circulatorio, el que recorre el cuerpo, el que está informando, el que activando, el que está despertando, el que alimenta todo el sistema, la base; es casi un organicismo, tiene una función fundamental.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Yo quisiera verla más desde un punto de vista como crisis en la operación diaria desde la manufactura del periodismo, verdaderamente hay una lucha entre el periodismo diario y el periodismo de la inmediatez, tanto de la web como en la redes sociales; tú te encuentras en una redacción, que amén de que tu información pueda salir en diferentes plataformas, te encuentras con la disyuntiva, tengo una nota muy buena, pero la libero ahorita a las 10 de la mañana para tener un brinco en las redes o en la web o me espero hasta mañana, yo la tengo en exclusiva nadie la va saber. Hasta en ese tipo de preguntas dan dolores de cabeza en este momento, a quien sirves a la inmediatez a al periodismo reposado del día siguiente; cosas de ese tipo, yo creo que la crisis es crisis económica, más que crisis de periodismo, el periodista es un tema hasta de configuración de negocio, la pregunta central para mí de la crisis es quien va a pagar el periodismo responsable, el periodismo profesional... 2.- Es un momento fascinante, es un gran reto, es el momento que tenemos que aprovechar, es un momento paradójico, porque como nunca, el periodismo, los periodistas habíamos tenido los instrumentos tecnológicos necesarios para investigar rápido y difundir rápido una noticia, que es lo que siempre habíamos querido tener haciendo periodismo, el periodismo es urgencia, el periodismo tiene siempre prisa siempre, cada vez nunca como ahora había estado tan amenazado el periodismo, no solo hablo de temas de violencia, de narco violencia, de poderes familiares que no respetan el periodismo, de presidentes como Trump u otros que son quienes desdeñan y patean a los periódicos, sino por los fenómenos mismos de la sociedad, el reportero dejo de ser indispensable para la gente, la gente se informó y se forman sus propias noticias, los cantantes o los artistas querían difundir su obra, antes necesitaban de un reportero, hoy no lo necesitan, lo hacen por su propia cuenta en un portal, en sus redes sociales...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- Aparentemente si, por lo menos hay una transición inevitable, no se hacía que, tenemos décadas hablando de crisis en los medios, en el periodismo y esto no acaba de resolverse; en el caso mexicano, es una circunstancia que se complica más, porque a la crisis que hay nivel mundial en el periodismo, con el auge de la redes digitales, por el desplazamiento de los formatos tradicionales en beneficio del digital, por la ubicuidad en la información, ya no nos enteramos a través del periódico de las cosas que pasan, no enteramos en <i>Twitter</i> y por mensajes de ese tipo. A estas circunstancias añade, la transición de la política mexicana, que ha implicado cambios de modelo del sistema político, aun no se hacia dónde vamos, pero está claro que hemos dejado el viejo esquema del partido hegemónico y esa cosas...</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- El periodismo se está transformando al mundo digital, seguirá informando, no hay <i>milenian</i> que lea un periódico y ellos hoy tiene 22, 23 años, todavía nos siguen vendiendo periódicos a los que estamos arriba de esa edad, ellos ni siquiera conocen eso y no lo van a usar en su vida y de ahí para abajo menos; cuesta trabajo, dirigirlo y comerlo pero es un hecho, el periodismo seguro se seguirá transformando, de hecho se está transformado, si hay un reloj, de hecho desde el 2012 para acá, han muerto N periódicos impresos, lo mismo pasa con <i>La Jornada</i>, <i>Reforma</i>, creo que reforma debe de estar al 30% de suscriptores, no tengo la información de ellos, pero no les importa, porque hay diez veces más de gente conectados. El periodismo no está perdiendo audiencia, está perdiendo periódico impreso, el periodismo no ha perdido audiencia, al contrario la ha ganado, leen más noticias que antes, hoy todos los niños de 22 para arriba ven noticias o menos de deportes de sociales; el periodismo va hacia una transformación digital y lo tiene que entender, si el periodismo no abandera causas positivas, vamos acabar solo vendiendo deportes y sociales, es interesante lo que no hay afuera de información, estamos viendo solo periodistas que los matan los narcos. No hay noticias más que las mismas, no hay diversidad de temas.</p>

<b>¿Los ingresos en publicidad privada o pública determinan la profesionalidad de un diario?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Determina más bien una parte de su viabilidad y estabilidad, porque la profesionalidad yo creo, es la que busca todos los días buscando la mejor información. La idea es estar formados... Yo creo que está separado de eso. 2.- Si, en el sentido y quiero ser muy claro en esto, la determina en sentido que hacer periodismo es muy caro y hacer buen periodismo es todavía más caro, entonces; en la medida que las empresas periodísticas dispongan de recursos, van a tener una capacidad de hacer más y mejor periodismo. Yo considero que los límites o una parte de los límites para el periodismo están marcados por la existencia de recursos, no existe capacidad económica suficiente para hacer todo lo que se quisiera hacer. 3.- Yo creo que podríamos ser ambos, pero decirlo en blanco... Habría que ver a quien a beneficiando o perjudicado más, hay periódicos que han repuntado mucho como <i>el Universal</i> o periódicos como <i>la Razón</i>, que desde que nació, nació con el sello del Estado, del gobierno, que ha crecido mucho gracias a todo el apoyo económico.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Si, si tú estás siendo un vehículo de difusión, de alguien que te paga o alguien que te sostiene tú operación, pues es un periodismo muy limitado, eres un difusor; si haces un periodismo independiente, te conviertes en un generador de información más allá de lo que te encuentras, tú la agarras la curas, la enriqueces, le metes contexto, etc. Si vives de la publicidad oficial, en su mayor parte el periodismo es malo, es menor el servicio a la comunidad, al lector; si el periodismo es independiente es mayor, punto, creo que es lineal. 2.- Estará con miedo porque si tienen una tutela, un jefe, alguien que le ordena y le manda, un funcionario, un burócrata, que nada tiene que ver con el periódico o con el periodismo, a lo mejor si le tienen miedo a eso, pero no me parece que sea lo que determine la vida informativa de un periódico, es lo que me parece de manera personal. 3.- No en el caso de <i>Reforma</i>.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- Hay publicistas muy inteligentes, la publicidad es lo que da de comer, es lo que mantiene al medio, no tiene porque no ser un plubi-reportaje, en Europa lo hacen, que si yo voy a hablar de coches, puedo hacer contenidos editoriales de alto valor periodístico que hablen sobre viajar en coche, no tengo que decir de viajar en un Ford, solo de las bondades de viajar en coche y cuando vean los anuncios compraran un coche, porque se confió de mi texto; si yo voy hablar del sistema de salud, de seguros o de más o de las inversiones en otros ámbitos, no se trata de que la publicidad los mate, yo sigo peleando con ese término todo el tiempo, de esto se vive, no somos mojes budistas, el negocio tiene que existir démosle de comer al negocio y dejar trabajar al profesional.</p>
<b>¿Qué opina del empoderamiento de las empresas mediáticas a nivel nacional?</b>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- No lo son todos, hay algunos que sí, por ejemplo, MULTIMEDIOS, son súper emporios, lo tiene MILENIO en radios, periódicos, televisión, lo tiene TELEVISIA, TVAZTECA, pero la mayoría no les gusta... 2.- Yo creo que esa parte existe y es consecuencia lo que hablamos antes, hay una crisis económica en todos los medios provocado por el cambio digital, por el cambio del modelo de negocio y eso ha permitido que tras empresa ajenas al periodismo, se haga del control de los medios de comunicación. Pero eso en esencia ha abierto competencia, si se hace buen periodismo en todos los medios, si ha ocurrido, está asociado a las crisis económicas y si es un hecho que sectores empresariales encuentran ventaja en la propiedad de los medios de comunicación. 3.- Cada vez más reciente, este empoderamiento, porque las empresas periodísticas dejaron de ser empresas manejadas por periodistas y se han convertido en parte de conglomerados empresariales, los medios sostienen los grandes intereses empresariales.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Yo creo que está muy atomizado en grandes grupos, el Grupo Reforma es el más grande, tiene su propio estilo de trabajo, normas, etc.; el universal es un periódico grande, <i>Excelsior</i> es un periódico grande y más incluyendo todo su equipo de televisión, <i>Milenio</i> es mediano, menor que estas tres que te estoy diciendo. No creo que haya una gran concentración eh, yo creo que es más pululan los periódicos en México, no hablo de concentración, hablo que hay una selección natural de periódicos y medios de comunicación derivados del servicio directo a su audiencia o a sus lectores, no a suministros del gobierno federal, estatal o municipal; imagínate, si mal no recuerdo fueron 32 mil millones de pesos que el gobierno federal gastó el año pasado, si esos 32 mil millones no estuvieran en el mercado, quien hubiera subsistido, no hay 32 mil millones para el año que viene para los medios, que subsista quien tuviera que subsistir y habría una selección natural en el mercado. 2.- Pues a nivel nacional ha habido de todo, porque los grados poderes de la comunicación ha sido muy afectado, hablo de la televisión y la radio, por ejemplo la tv acarrea mucho rating, muchos ingresos publicitarios, se ha tenido que asociar con otras actividades para generar sus propios ingresos, entonces los poderes de la comunicación se han modificado, vemos emporios muy distintos hoy, fragmentados, en la medida que tomó ya y se implantó internet y el teléfono celular, el móvil, como eje de la comunicación cotidiana, en esa medida ha impactado de manera directa y brutal a los medios tradicionales... 3.- Creo que te lo respondí hace rato, en función que la mayoría de las empresas periodísticas, ya no se dedican exclusivamente al periodismo, sino que sirven a intereses de otro tipo y no voy a decir que son intereses malos u oscuros; simplemente a intereses de comerciales de otro tipo, el periódico se ha convertido para muchos empresarios en un arma para conseguir los fines que buscan con otras empresas, que es lo que les deja mucho dinero.</p>



<b>Investigadores académicos</b>	1.- En el caso del periodístico no hay eso, no existe, si lo hay a nivel radiofónico, a nivel las televisoras, a nivel de las telecomunicaciones hay una gran concentración, pero no en medios escritos, ahí si hay, yo creo una gran diversidad de medios, con sus propios propósitos pero no hay una concentración, una gran empresa que se pueda considerar que tenga un gran poder.
<b>Publicista independiente</b>	1.- Son grupos empresariales muy poderosos, llevan años acumulando poder, la familia es dueña de esto, la otra familia es dueña de esto otro, son muy conocidos, se han mantenido; hay pocos ejercicios e nuevos grupos de medios, el mismo grupo Reforma no se compara con los grandes consorcios, es muy difícil poner un medio, un periódico, está muy difícil la inversión publicitaria, la televisión sigue pensando mucho, porque hay muchos intereses económicos alrededor de ella. El internet cada día se usa más, pero se lo lleva <i>facebook</i> , se lo lleva Google, si intentas poner portal de noticias no te dejan poner un banner ni por equivocación, porque ahora la publicidad se está concentrando en mostradores en las redes sociales poderosas, por mucho que hagas tú es complicado.
<b>¿Cuál sería el papel del Estado y su relación con los medios de comunicación principalmente con la prensa en México?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- Tendría que ser no de permisividad, porque implicaría cierto ejercicio de control tácito, si no de dar libertad, permitir que los medios existan, se desarrollen, les conviene a aun Estado no solo aun gobierno, que difundan los sucesos, es preferible tener medios libres a controlados, porque finalmente la verdad siempre se sabe, los medios con estas características, incluso visten al presidente, más que restricciones, libertad. 2.- Yo insisto. ¿El Estado que es? Y no me refiero a la definición jurídica que todos conocemos, cuando decimos ¿Cuál debe de ser el papel del Estado, respeto a la libertad de expresión o cual debe de ser el papel del Estado con respecto al periodismo? ¿A qué nos referimos? ¿A cuál debe de ser el papel del gobierno, del gobierno federal, de los gobiernos estatales, de los congresos? Yo creo que con que se respeten las leyes que existen eso es suficiente y en ese sentido. 3.- Reordenar la relación entre los medios, la sociedad y todos los poderes existentes, poder político, poder económico y el poder de las mafias, porque también en este país operan, es ahí donde el gobierno tendría que regular. En México la regulación, simplemente, como decimos aquí, nos las pasamos por el arco del triunfo, no, nos gusta estar regulados en nada, si no respetamos un semáforo, si no respetamos la cebras en las avenidas, si no respetamos al conductor de al lado o al que camina a un lado, eso sucede todos los días y todas las horas, es difícil de entender que podamos ordenarnos en un sector tan importante como es entre el poder político y los medios. Los medios tienen que estar regulados forzosamente por el Estado, pero el Estado se ha hecho omiso, porque es conviviente con las empresas tanto editoras como de comunicación de todos los ámbitos. 4.- Bueno antes se dependía mucho del Estado, hubo golpes hacia los medios de comunicación críticos, como el ocurrido contra el Excelsior en 1976, ahora son las formas son distintas y sutiles; en ese sentido quizá hay una mayor separación, que de alguna manera les permite a los diarios cierta independencia.
<b>Reforma</b>	1.- Yo creo que los Estados tienen derecho a tener un agencia del Estado para decir las cosas que ellos tienen que decir, es relativamente normal tener un medio no solamente propagandístico, sino manejar la orden de la información; lo que si el Estado no debería de influir en los medios, no debería de ordenar en los medios, no deberían los medios acatar líneas gubernamentales por favores económicos, yo creo que los Estados deberían dejar libres a los medios, que sobrevivan como tengan que sobrevivir y no estar inyectado dinero al mercado de una manera falsa. Tan cierta que si lo hacen, falsa en virtud de que deterioran el mercado, desvalanzan el mercado, generan una imperfección del mercado en la industria que no hacen en otros sectores, el mercado tiene que subsistir por su mercado, no por favores gubernamentales. 2.- El papel del estado con respecto al periodismo, como con respeto a todas la sociedades es garantizar su seguridad, esa es su tarea número uno sino, si no está cumpliendo con ella, entonces está fallando, existe un mecanismo de protección y creo que funciona, el problema no es que funcione el sistema de protección a periodistas, es que no deberíamos de necesitar un sistema de protección para periodistas.
<b>Investigadores académicos</b>	1.- Primero, generar una ley de transparencia de guía publicitaria para que regulen los recursos, que no exista ya la lógica de no pago para que me peguen, o te pago para que hablen bien de mí, que es lo ha sucedido. Yo creo que eso tenemos que cambiar y eso va permitir que efectivamente los medios de comunicación puedan tener mayor libertad en la mayor posibilidad de lo posible y la reciban por mandato de ley, lo cual va a permitir tener una dependencia económica que necesitan para tener una independencia política; por supuesto habrá muchos que se queden en una zona de confort igual, pero habrá otros que si puedan aprovechar esta circunstancia y asistamos eventualmente en los que tú habías preguntado antes, a un pluralismo informativo...

Núcleo temático 6.- instrumental político.	¿Cómo percibe la relación institucional que ha tenido el periodismo en las últimas tres décadas en México?
<i>La Jornada</i>	<p>1.- No nos hemos logrado separarnos mucho, por ejemplo, la información se sigue manejando por fuentes, la fuente presidencial, la fuente gubernamental, todo eso es una relación con el estado, tampoco nos hemos podido separar o hemos querido hacerlo, tampoco en cuanto a relación comercial de publicidad, porque el país también está acostumbrado a ese juego. Los mismos columnistas tienen acceso a información privilegiada y eso también los condiciona, es un juego un poco raro. 2.- Yo creo que ha cambiado muchísimo, ha habido un cambio absoluto, la relación que sí fue de cierta subordinación en el pasado, ahora se ha tomado en una relación de respeto, simplemente el periodismo hace su función, las instituciones ejercen la suya y creo que tal como lo plantea la pregunta, existe una relación plenamente institucional, en la que ambos se reconocen, saben la función de cada uno y diría que convivimos, pero más bien estamos condenados a convivir y lo digo de mejor manera posible; sin que eso quiera decir que no existen tensiones, fricciones o conflictos, a lo que hice alusión hace rato, de comunicadores de una intachable capacidad profesional que pierden su espacio público por tensiones con el poder político. 3.- La responsabilidad de los medios en México esta reprobada, ellos son parte del deterioro nacional de este país. ¿Por qué? Porque somos voceros del sistema, somos voceros de sí mismos, es muy perverso pero así es, ellos están reprobados en su responsabilidad social de informar con verdad y respecto al TLC y el sistema político neoliberal, ha sido de lo más pernicioso; desde Carlos Salinas de Gortari y sus secuaces y sus voceros, que nos vendieron la idea como país que el TLC nos iba a abrir las puertas del primer mundo, mentira, solamente salvo a un sector muy focalizado en el país que es el 0.0.0.8 % de la población que son los empresarios que se han beneficiado con este sistema.</p>
<i>Reforma</i>	<p>1.- No hemos sido un diario agradable para los poderes presidenciables sobre todo, el <i>Reforma</i> desde Carlos Salinas, nos tocó la última parte, Ernesto Zedillo, Fox, Calderón y Peña. No hemos sido un diario agradables para ellos y en general hemos hecho un periodismo que a varios de los poderes les parece incomodo, les podía resultar productivo, incluso les podría haber si quisieran gobernar con transparencia etc. Hasta un componente esencial de ese cambio, pero el gobierno no quiso hacer ese cambio, no quisieron hacer los cambios que la gente necesitaba, en términos de transparencia, en términos de conocimiento de las cosas, en términos de rendición de cuentas, al final el periódico por lo fue haciendo, generó y expuso una función en sectores importantes de la comunidad y la sociedad, les irritaba mucho, nosotros con nuestras informaciones pedíamos, exigíamos rendición de cuantas a funcionarios, a empresarios a políticos en fin. Esa ha sido nuestra ruta, hemos tratado de informar de la mejor manera en los llevamos a lo largo de 25 años. 2.- Tiene algunos medios consentidos, tiene algunos medios prácticamente comprados, ha hostigados a otros medios, <i>Reforma</i> siempre ha sido un medio incomodo, lo puedes ver a partir de la venta de publicidad gubernamental, es prácticamente cero; no es que nosotros no queramos venderles, pero es lo que hay para anunciarse aquí, a pesar que teneos mayor cobertura. Que significa esto, que en México se utiliza el presupuesto para presionar a los medios o para comprarlos, te recomiendo un estudio reciente que se publicó, de cómo se utiliza el presupuesto gubernamental para eso y es impresionante ver como la mayoría de los gastos se van a periódicos que no tiene mayor impacto o difusión, pero son afines a la línea del gobierno.</p>
Investigadores académicos	<p>1.- Fue una relación de apoyo mutuo, de recepción a través de la publicidad o de otros apoyos meta-periodísticos pero de interés para los dueños, creo que eso es lo que sucede en la mayor parte de los casos y no ha habido cambios, se ha mantenido exactamente igual a pesar de la alternancia con Vicente Fox, creo que es una fallida alternancia, pero tampoco paso nada en este modus operandi de la mayor parte de las prácticas informativas, no de todas pero de la mayor parte.</p>
Publicista independiente	<p>1.- Creo que ya lo dije, creo que se ha concentrado en temas muy vendidos, la violencia, los partidos políticos, no hemos visto surgir un nuevo medio, como <i>El Financiero</i>, <i>El Economista</i> que esté interesado en la cultura en temas deportivos, estamos metidos en los mismos temas todo el tiempo desde hace muchos años, y porque son funcionales, si esta un partido oposición, hay que “pegarle” todo el día para que no le vaya también se vaya y si está el partido que regreso al gobierno, hay un alto control de la información. La evolución ha sido muy pobre, no veo grandes grupos emergentes como en otros lados.</p>
¿Cómo percibe que ha manejado la prensa la crítica al modelo económico neoliberal?	
<i>La Jornada</i>	<p>1.- No ha sido muy crítico del modelo, porque el modelo lo han ejercido el Presidente y las Secretarías y bajo una crisis económica el modelo sigue ejerciéndose y la crítica no es como debería de ser... 2.- Ahí sí me parece que habido una clara definición, entre una parte de prensa que de manera acrítica se</p>

	<p>asumió que era inevitable la implantación de ese modelo y otra prensa que considero que vulneraba totalmente el bienestar de la sociedad, yo creo que este caso se puede apreciar claramente, que hubo una diferencia en el enfoque que le dio al cambio económico que se le dio como país a partir de mediados de los años 80.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- Una relación donde no haya relación, es decir una relación de completo respeto, de independencia, de dialogo, de entendimiento, bueno una cosa es el gobierno y otra es el Estado, en el caso del gobierno, tiene que ver con los funcionarios, en caso del estado son todas las estructuras tradicionales, el Congreso, de Poder Judicial en fin, es decir de respeto. 2.- No sabría decirte, yo creo que si no... finalmente lo que plantea el modelo neoliberal es la competencia y mientras haya competencia la competencia es sana, no lo podría comparar si el neoliberalismo se implanta entre De la Madrid y Salinas estamos hablando del 82 al 88, no conocí lo anterior; prácticamente he vivido solo este modelo.</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No ha habido repercusiones fundamentales, en primer lugar, porque la apertura económica; la apertura del mercado global, no llegó al periodismo mexicano, en parte por el ya multi-mencionado patrocinio estatal a los medios. El periodismo no estaba involucrado en el TLC y estuvo bien que así fuera, en parte se trata de países diferentes, códigos diferentes, los medios mexicanos, la televisión es otro caso; los periódicos mexicanos, no apostaban a ganar mercado en los Estados Unidos, no es como los productores de manzanas mexicanas, no sé si exportamos manzanas, porque sé que las importamos de Oregón, el tomate mexicano, el tomate de Sinaloa, buscaba mercado en los Estados Unidos. En cambio <i>el Debate</i>, <i>el Noreste</i> y <i>el Universal</i> no, no estaban interesados en el TLC, no aspiraran a incursionar en ese mercado, pudieron haber hecho alianzas los medios mexicanos con otros; estaban al margen de esa expresión de la globalización... 2.- La prensa no tiene autonomía de poder formular de sus propias posturas económicas, porque están subordinadas al interés del gobierno, el caso que si hay una postura, pues es una postura inducida o tolerada por el gobierno en la mayor parte de los medios.</p>
<b>Publicista independiente</b>	<p>1.- No y menos en la prensa, bueno si en estos dos grupos editoriales que pudieron conseguir con menos impuestos el papel y no les cortaban el cuello como durante López Portillo y Luis Echeverría, ahora pueden comprar papel donde les diera la gana; ahora la prensa se enfrenta que Canadá cerro todas su industria papelería, ahora compran en Chile o en China. La verdad, vamos por la coyuntura económica y política, tengo más de 22 años, que escuchamos la crisis del papel desde el 2002 y ahora vamos en el 2018, pero vamos muy lento, antes no había un vendedor que no estuviera en cada esquina de <i>Reforma</i>, ahora vas a las once o no ves ninguno.</p>
<p><b>¿Considera que la prensa tiene su responsabilidad como institución de opinión pública ante la sociedad sobre las consecuencias de tales políticas económicas implantadas en México?</b></p>	
<b>La Jornada</b>	<p>1.- Tenemos la responsabilidad de decirlo, de informarlo, pero si nos callamos la responsabilidad es doble, porque se supone que nosotros tenemos la obligación de contarlo, si lo decimos somos cómplices. 2.- Responsabilidad ninguna, porque un periódico no diseña políticas, ni las lleva a la práctica, pero posición si y como dije antes fue posición crítica.</p>
<b>Reforma</b>	<p>1.- No, desde el punto de vista que el periódico no tomaba las decisiones de las políticas económicas, los modelos económicos de estos años han sido, en muchos casos desastrosos, la crisis del 95 fue desastrosa -ni como voceros de la información ante la opinión pública- el caso de <i>Reforma</i> no fuimos voceros de esa información, fuimos los que más informamos -recuerdo bien- los que anticipamos del problema que se venía, sobre todo lo del FOBAPROA para rescatar a deudores, lo del gran problema crediticio financiero que se generó, nosotros fuimos los primeros en advertirlo y darle un seguimiento puntual y en ver los fraudes que hubo y en ver los favorecimientos a empresas y empresarios etc.... 2.- No veo como podría tener una responsabilidad, si las políticas neoliberales son implementadas por las directrices del gobierno y son adoptadas por la Iniciativa Privada que son los beneficiados de ellas que consumen productos. ¿No se hacia dónde a tú pregunta? No recuerdo un solo editorial o un solo articulista que dijera “viva el neoliberalismo”, creo que el periodismo ha sido muy claro en denunciar los excesos del neoliberalismo, pero finalmente no veo por donde podría entra la responsabilidad en ese sentido; ¿Responsabilidad de los daños dijiste o de los efectos?, es que suena como si dijeras que estamos hablando de daños más que de efectos...</p>
<b>Investigadores académicos</b>	<p>1.- No tampoco responsabilizar, pero si tiene una parte de culpa en no ejercer un escrutinio, pero esa falta de escrutinio, es porque no tiene independencia económica la mayor parte o casi todos, pues tampoco tienen independencia política y finalmente se convierten en parte del problema y no en parte de la solución, salvo en los espacios editoriales que finalmente justifican que no sea todo a favor de lo que señala el gobierno, pero esto repito, tiene una influencia menor o de intento de formar opinión pública o la casi totalidad de los medios impresos tanto en la ciudad de México se supone que hay mayor libertad que en la república como algunas excepciones como impacto en Sonora o en Sinaloa o el Semanario <i>ZETA</i> en Tijuana, pero son excepciones a la regla.</p>
<b>Publicista</b>	<p>1.- No. Yo creo que los medios no pueden influir en que se dé o no sé de una ley, el tema del cabildeo</p>

<b>independiente</b>	esta fuera del periodismo, pero hay un periodismo de conveniencia; claro que tienen una responsabilidad principalmente en temas legislativos, hemos visto cambiar de idea al Senado por la fuerza de los medios y la opinión pública, eso está dirigido por estrategias que conocen la manera de influir en la opinión pública.
<b>¿Cómo se podría percibir esta libertad de opinión, en tres ámbitos: las reformas legales, en la ética, en lo económico, con respecto al modelo neoliberal?</b>	
<b>La Jornada</b>	1.- No, hemos mantenido nuestra línea editorial. (¿No se asumen con un periódico neoliberal aun cuando crecieron durante este periodo, tan determinante en México?), eso seguramente (en que rubros podría haber tenido un impacto que a lo mejor no se percibe), es que podría haber ocurrido en cuanto economía, porque las prácticas neoliberales han llevado al encarecimiento de todo y nuestros insumos crecen, principalmente el papel, ese sí es un impacto directo del neoliberalismo, pero como empresa no, recién lo ha dicho públicamente la Secretaría General del Sindicato del periódico, sobre las políticas que aplicamos con respecto a la reducción de nuestras prestaciones... 2.- La respuesta breve es sí, pero hay que matizarla, insisto, la libertad de expresar y ejercer esa garantía constitucional es mayor que nunca hoy, pero esto no quiere decir que no exista problemas, intentos de censura, censura veladas, presiones a propietarios de los medios de comunicación, hasta acciones violentas, pero en términos generales no hay hoy una restricción a la libertad de expresión como la que existía hace 20 o 30 años. Ha habido avances muy importantes.
<b>Reforma</b>	1.- No sé, nunca lo he visto por ahí, no creo que es una contratación neoliberal, lo único que le pedimos a la gente, por lo menos con el equipo con el que trabajo: compromiso, dedicación, responsabilidad, ética. Y que vean el sentido de la urgencia que tiene el ser periodista hoy en día, no se le checa situación socioeconómica, no se le checa cuenta bancaria, no se le checa nada que tenga que ver con una ideología. Un periodista que responda a criterios profesionales y éticos y punto, tenemos un taller que forma periodistas y el 80 y 90% de estos periodistas se han formado ahí, con los valores del Grupo Reforma. 2.- Uno, el Estado no tiene por qué ofrecer libertades, tiene que garantizarlas. Dos en los últimos años, como te decía; ha ejercido el presupuesto federal para comprar o/y presionar a medios que le son afines, en ese sentido no es muy proclive a fomentar la libertad de expresión. Es muy distinto lo que vivimos ahora a lo que se vivía en los años 70, donde sí había ataques directos contra la prensa, se mataban periodistas, hoy son otros problemas lo que se cuentan, más por el crimen organizado o por obra y gracia de las autoridades, puede haber casos pero son menos.
<b>Investigadores académicos</b>	1.- La postura que quiso en el TLC, justamente estamos hablando fue en la época de Salinas donde menos libertad de expresión, por lo que se refiere a ingresos económicos que no fuera del gobierno existiera, yo creo que hubo un periódico en aquella época que fue la excepción, del sistema económico, que fue <i>el Financiero</i> en aquella época, ya el financiero de ahora es otra cosa, pero la mayor parte seguían el guion oficial del gobierno mexicano.
<b>Publicista independiente</b>	1.- El periodismo nos debería de dejar más aliento para vivir que temor, en eso el periodismo nos ha fallado un poco, nos informa, claro todos los días de todos los males que pasan, pero soslaya de todo lo que nos puede dar motivación para salir de la cama antes de trabajar. Yo, como muchos lectores hemos dejado de ver noticias antes de salir de casa, porque no queremos salir deprimidos y eso no es culpa de uno, es culpa de periodismo, no hay ese aliento para vivir en calidad y si hay un serie de razones para vivir con miedo.

### Parte III.-

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS GENERAL DE LOS PERIÓDICOS *LA JORNADA Y REFORMA*.

#### 6.- Análisis

El problema que se plantea en este proyecto de investigación consiste en comparar a dos diarios nacionales mexicanos (*La Jornada* y *Reforma*), sobre su desarrollo desde la Economía Política durante el neoliberalismo en los años 1994-2018. Tomando en cuenta para ello, cuatro elementos fundamentales para su análisis: desarrollo económico, estructura legal, ética profesional y paralelismo político. Así como las características propias de cada diario de acuerdo a la influencia y relación del Estado mexicano y sus correspondientes instituciones. Esto supone la recolección de nuevos datos, sumados a los ya existentes, asumiendo la responsabilidad de dicha información, aun con las limitaciones propias que genera un trabajo de campo de primera mano, bajo todo el interés de presentar nuevas interpretaciones desde otros ámbitos metodológicos.

Este capítulo presenta dos importantes ámbitos metodológicos: 1- el contexto socioeconómico y cultural, y 2- una interpretación teórica sobre Economía Política, con la que justificamos el proyecto científico, contrastando las diferentes definiciones planteadas desde el principio con las respuestas de los entrevistados, es decir; se presenta cada una de las variables principales, (ética, política, desarrollo económico, marco legal), describiendo de forma general con la visión de los académicos y profesionales independientes, para luego ser analizada desde la óptica de cada diario con sus respectivos protagonistas: **A) *Reforma* y B) *La Jornada***. Esto con el interés de contestar las preguntas iniciales, como parte de los objetivos, así como los supuestos diseñados en la metodología, que servirán como referentes directos del planteamiento inicial. El objetivo principal de la investigación no es hacer un análisis de contenido, ni un análisis moral de los entrevistados, sino más bien; presentar una visión desde la etnografía de los medios impresos *Reforma* y *La Jornada*, así como la influencia global que reciben desde Latinoamérica, del SPM y por supuesto medir su desarrollo desde la Economía Política de la Comunicación.

## 6.1.- Sujetos y cuestionario

De acuerdo a la propuesta metodológica planteada al principio de la investigación, se esbozaron una serie de preguntas que guiarían el objetivo de la investigación, a continuación se exponen las respuestas de acuerdo a lo señalado, tomando como referencia las entrevistas realizadas a: Lázaro Azael Ríos Cavazos, Director General de *Reforma* México; Katia Lucia Santaolaya Ramírez, Gerente del Departamento Jurídico del Corporativo del diario *Reforma*; Diana Lucia Álvarez Macías, Gerente de Talento Editorial del diario *Reforma*; Roberto Zamarripa de la Peña, Director Editorial y Contenidos de *Reforma*; José Miguel de la Vega Peralta, Jefe de Información Nacional de *Reforma*; Roberto González Amador, Jefe editorial de *La Jornada*; Roberto Garduño Espinoza, Reportero Nota Nacional de *La Jornada*; Elizabeth Velazco Contreras, Reportera Nota Política de *La Jornada*; Roberto Enrique Méndez Meza, Reportero Área Política Estatal; Raúl Trejo Delabre (UNAM) y Ernesto Villanueva V. (UNAM, ITAM) académicos; y Carlos Chávez de Icaza, Director General de -bizcom-. En total fueron 12 entrevistas realizadas entre enero y marzo del 2018, las cuales se encuentran en su totalidad en los anexos al final de la investigación.

A partir de este contexto hacemos un cruzamiento de las respuestas obtenidas para contrastarlas con el marco teórico sobre la Economía Política de los Medios de Comunicación y medir que tanto se alejan o se acercan a los modelos de periodismo impreso que sugieren Hallin y Mancini en su obra sistemas mediáticos comparados (2008). Los *items* están estructurados de acuerdo a los cuatro variables o pilares de interpretación metodológica: desarrollo económico, ética profesional, marco legal y paralelismo político, así como un análisis de la relación del Estado Mexicano con ambos diarios. Las preguntas y respuestas, son parte del cuestionario aplicado, así como cada variable posee una serie de preguntas en particular, como parte de los objetivos secundarios.

### 6.1.1.- El desarrollo económico-político en *La Jornada* y *Reforma*

La década de los 90, fue sin duda, un parte aguas en varios ámbitos de la sociedad mexicana, las nuevas tecnologías hacían su aparición con más usuarios en las redes sociales, las reformas electorales en los medios de comunicación establecían nuevas formas de participación con los partidos políticos, la apertura comercial con Estados Unidos y Canadá dentro del TLC, abrían nuevos retos comerciales, así como el

descontento social con el régimen priista había generado, llegaba a su clímax con la alternancia política en el 2000; estos antecedentes tienen como marco el nacimiento de “*Reforma*” como un nuevo medio de comunicación impreso en México, que apostó por un periodismo moderno e incluyente de características liberales americanas, novedoso en su formato periodístico para los lectores y sociedad mexicana, ante un periodismo de formato “tradicional” como *La Jornada*, que ya tenía diez años en el gusto del elector “dando voz a los sin voz”, -como su principal lema-, dentro de un régimen político, que se liberaba paulatinamente hacia una democracia mediática.

Económicamente en la actualidad, establecer un periódico como *Reforma* y *La Jornada*, se necesitaría millones de dólares. Pero hace 24 y 34 años, respectivamente, la economía de México pasaba por una crisis que implicaba un gran esfuerzo empresarial, sin embargo; estos dos diarios se atrevieron a invertir cada uno, en un diario que sirviera al lector mexicano y sociedad en general. “El abastecimiento de papel y las mesas de redacción que llevan ahora mucha tecnología, es un proyecto caro, la verdad la cifra no me atrevería a decirla, dependerá muchísimo de que rotativa compres, que sistema utilices para tus redacciones y tú área de diseño.”<sup>166</sup> *La Jornada* que ya venía de una década atrás, con un nicho en el mercado periodístico, había iniciado sin imprentas propias, lo que vino ser un gasto adicional, cosa que *Reforma* no lo sufrió:

Hay diarios que nacen con finanzas muy angustiadas, con salarios muy bajos, con nulo o solo simbólico pago de remuneración de sus colaboradores, que fue el caso de *La Jornada* y otros con más visión y apuntalamiento empresarial aparecen con un gran dispendio para competir no solo en el mercado por los lectores, sino el mercado de los autores y de las firmas y de los reporteros, que fue el caso del *Reforma*.<sup>167</sup>

Aun así, *La Jornada* había logrado estar en los primeros cinco diarios más leídos en México, por su perfil de apertura democrática ante el sistema político, llegando a tener ventas record en momentos importantes durante esta etapa. El periodismo en México se establece bajo un entramado conjunto de relaciones con el sistema político, para poder obtener los beneficios económicos, sin los cuales no se pueden mantener, “lograr la asignación de obras públicas, lograr firmas notariales; en fin muchísimos negocios en donde el medio es un instrumento para obtener este tipo de facilidades que

---

<sup>166</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>167</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

de otro modo hubieran sido muy difíciles.”<sup>168</sup> Actualmente habría que pensar si vale la pena establecer un diario, ante el abatimiento de los periódicos tradicionales y la incursión del mundo digital, para fines del 2000, la crisis en los medios impresos vino a modificar el espectro del periodismo.

Yo creo que durante el año 98 al 2012, fue el de mayor auge, que hubo para el mundo del periodismo, donde muchos medios crecieron, se fortalecieron, empezó a bajar la compra de medios impresos a partir del 2005, pero fue muy gradual; donde sí se nota un cambio terriblemente drástico fue el 2012, a partir de ese año la gente ya compraba menos periódicos y empezaban a perder credibilidad los periódicos, dentro del sistema periodístico. Porque el gobierno empezó a influir muchísimo en la parte editorial de los medios, esto afectó mucho, los periódicos se veían totalmente alineados al gobierno y los que no estaban alineados con el gobierno, iban cayendo con la misma caída natural que caen los medios impresos; los que se fortalecieron lo hicieron en sus aéreas digitales, aunque mantienen sus aéreas impresas para hacer una promoción directa entre los electores, pero su fuerza está en el 10% en la parte impresa y el 90% está en la parte digital.<sup>169</sup>

Ninguno de los dos diarios, cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, ni nadie actualmente invertiría en sus acciones, el periodismo tradicional dejó de ser rentable en México, aun cuando el grupo *Reforma* y sus diarios sean los que más éxito tienen, la crisis mundial del papel no lo posibilita. Por otra parte, uno de los motivos principales en México para vender, es el perfil del diario, durante las 90 hubo una caída de publicidad oficial por parte del Gobierno Federal, aunque sin desaparecer completamente, ya que existen otros poderes alternos que buscan promocionar sus políticas públicas a través de los medios impresos, “*Reforma* nace con esa expectativa, *La Jornada* crece gracias a la publicidad oficial, aparecen otros diarios, *Milenio* y se reciclan otros más, *El Economista*, etc.”<sup>170</sup>

Sin embargo, existe un doble rasero, “pero no porque haya una ideología en ese sentido, sino porque es un nicho de negocio, como puede haber otro periódico, *El Financiero* o *El Economista*, con temas de economía,”<sup>171</sup> es decir; no significa que estos diarios sean afines al Gobierno, como es el caso de *La Jornada*, mientras que en

---

<sup>168</sup> Entrevista a Villanueva V.27/02/2018.

<sup>169</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>170</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018

<sup>171</sup> Entrevista a Villanueva. 27/02/2018.



*Reforma* en su dirección general, “si hay un ejercicio de periodismo relativamente militante, por parte de los propietarios; Alejandro Junco en particular, (...) busca en sus puntos de vista incorporarlos como parte de la agenda pública o hacerlos agenda en los periódicos que posee.”<sup>172</sup> Esta idea de que el periodismo tenía que estar con el Gobierno en turno, se empezó a desmoronar durante los 90, en parte por la liberalización democrática del país:

En los años 90 comenzó a diversificarse el monopolio que había crecido en el PRI, en los distintos escalones y ámbitos del Estado mexicano, empezó a ver gobernadores y cada vez más alcaldes y legisladores de partidos de oposición y esos han tenido su propio presupuesto de publicidad, así que cuando no es gracias al respaldo del gobierno y el PRI, hay periódicos que han tenido respaldo de otras administraciones como fue el caso de *La Jornada* en la ciudad de México, cuando empezó a gobernar el PRD.<sup>173</sup>

La ideología periodista en México es apolítica (con esto quiero decir que no toma postura ideológica en términos oficiales, aun cuando existe una percepción pública en ese sentido), esta característica ha sido el común denominador en los medios mexicanos, sin embargo; lo diarios estadounidenses o europeos tienen una postura, crítica, abierta y clara hacia cualquier partido, candidato o política pública implementada por su Gobierno, en México, esto no sucede. *Reforma* se ha mantenido muy claro en su agenda editorial desde un principio, aun a costa de publicidad oficial, *La Jornada* también tiene una editorial igual de clara en su postura ideológica, sin embargo; “el Gobierno Federal, (...) ha tenido que entrar a salvar al periódico, por lo cual genera un conflicto de interés y entonces eso hace que haya un proceso de simulación, por un lado, se supone que es muy crítico contra el gobierno, pero esto es muy poco.”<sup>174</sup>

Hay publicaciones, esto ha ocurrido con *La Jornada* en años recientes y quizá desde hace muchos años, que circulan con emblemas contestatarios y realmente tienen una política muy permisiva o condescendiente con el gobierno. Más aun, hay periódicos que parecen de oposición y que venden sus primeras planas, como está documentado en el caso de *La Jornada* al gobierno.<sup>175</sup>

---

<sup>172</sup> Ibid.

<sup>173</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>174</sup> Entrevista a Villanueva. 27/02/2018.

<sup>175</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

¿Dónde podría estar, la diferencia entre ambos diarios? La postura ideológica no necesariamente supone un crecimiento en sus ventas, no por ser más críticos o más oficialistas reciben más apoyos gubernamentales, no hay una fórmula clara en ese sentido, depende de las circunstancias, depende del manejo político y depende de la política real del periódico como en el caso de *La Jornada*:

Ha coincidido con movimientos de izquierda, ha respaldado a sindicatos democráticos, independientes, ha apoyado causas que en su momento no eran apoyadas por otros periódicos y yo creo que *La Jornada* fue creando una fachada de izquierda, para defender en ocasiones causas profundamente conservadoras y sobre todo para defender negocios y su propio negocio y para mantenerse en el nicho de mercado, que fue la fama, la imagen pública de este periódico que fue construyendo<sup>176</sup>

“No hay líneas editoriales congruentes y esto vale yo creo que para prácticamente toda la prensa mexicana, (...) y este pragmatismo que tienen los diarios mexicanos, es lo que permite ajustarse a distintas circunstancias políticas.”<sup>177</sup> Podríamos pensar que la línea editorial de ambos diarios se fraguó bajo el contexto histórico que se vivía en ese entonces en México,

La realidad es que todos tienen una línea editorial que persiguen y tu no vas poder creer hoy que diarios como *El Universal* o *La Jornada* no tienen una línea editorial dirigida hacia un planteamiento de izquierda o de derecha, eso es evidente; eso se tiene que ser muy claro, medios como *La Jornada* y *el Reforma* se han mantenido cada quien muy claros en su ideología, tienen sus candidatos, tienen su teorías de beneficio para el país y han apoyado en eso, hasta la muerte.<sup>178</sup>

En México apoyar o no el modelo económico neoliberal depende de la economía del medio impreso, en ese sentido, la crítica al modelo, se convierte en la no crítica hacia el modelo que el Gobierno ha implementado, sus principios de desarrollo chocan al verse enfrentado, por la riqueza para todos y por otra parte, si hay riqueza alcanzará para todos; “periódicos como *La Jornada* han criticado ampliamente el modelo neoliberal, periódicos como *Reforma* han apoyado el modelo neoliberal, sus plataformas y sus ideales están alineadas con ese concepto,”<sup>179</sup> indiscutiblemente en las ventas está el

---

<sup>176</sup> Ibid.

<sup>177</sup> Ibid.

<sup>178</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>179</sup> Ibid.

éxito de un diario, por más honesto que se profile, su ventas le otorgan el derecho de decidir su tipo de publicidad. “Es una estrategia de negocios, no es una cuestión ideológica *per se*, o que sea la ideología de los propios empresarios, la que quieran que la sociedad se sume a lo que ellos piensan, sino al contrario,<sup>180</sup> y esto lo han resentido ambos diarios, uno al tener una cartera de clientes empresarial e internacional (*Reforma*) y otro que se mantiene con déficit (*La Jornada*).

*Reforma* no tiene arriba del 7% de publicidad oficial nunca por política interna, viven al menos 93 % de venta hacia afuera, dependiendo de su línea editorial, es un periódico que se respeta así mismo, unos a favor otros en contra pero ellos están perfectamente en su línea editorial. Hay periódicos como *La Jornada* que sufren para vivir, porque no venden periódico hacia afuera, lo que venden no es suficiente, de la venta de periódico ya no viven y tienen que admitir publicidad oficial muy a su dolor y a su pesar, porque es eso o cierran; el empresariado pues no está muy a favor del perfil editorial del periódico, entonces tampoco verás muchas marcas de coches, bancos o empresas de servicios que estén anunciadas en páginas como esas.<sup>181</sup>

Un elemento que ha venido a modificar el viejo esquema periodístico tradicional, ha sido la globalización informática, para bien y para mal, las nuevas generaciones ven el hábito de la lectura de los diarios como de “gente mayor”, los diarios de gran tiraje desaparecerán y solo una pequeña porción será impresa a petición de algunos cuantos lectores, los de gran tiraje será sustituidos por las versiones electrónicas y de interés personal, los cambios más bruscos serán en aquellos diarios “que no se han adaptado al modelo digital y han intentado de alguna manera cuidar su área digital, en lugar de regalar su *print*; los periódicos normales, tradicionales, tú que usas el *print* te regalan el web, los periódicos que piensan te cobran web y te cobran *print*.”<sup>182</sup> Habría que buscar una zona intermedia donde, el medio pueda capitalizar sus ventas de publicidad, sin bloquear el acceso o restringirlo, esto ha generado dos fenómenos, una apertura informativa que antes no existía, pero sin una exigencia en la calidad informativa, “los lectores mexicanos siguen condescendiendo la mala calidad, con el viejo periodismo, con el deficiente profesionalismo de la prensa mexicana.”<sup>183</sup>

---

<sup>180</sup> Entrevista a Villanueva. 27/02/2018.

<sup>181</sup> Ibid.

<sup>182</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>183</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

El problema en sí, es que el modelo de comunicación cambio radicalmente y no se han dado cuenta de ello, la publicidad no necesita el diario de papel, la publicidad se busca espacios por sí misma a través de la red, el costo de difusión a través del internet es cada vez más barato y accesible, mientras que las rotativas siguen con precios altos. El problema va unido al tipo de independencia periodística que tienen los diarios en México,

En una situación de negociación muy endeble, por precisamente su falta de autonomía económica, yo creo que la independencia económica es el prerequisite, para la independencia política, si no hay independencia económica no hay independencia política y eso es lo que está pasando en *La Jornada* y no es tanto el caso de *Reforma* que también está perdiendo electores, pero por el concepto evolutivo de la fuentes de información de las nuevas generaciones<sup>184</sup>

Es decir, entre menos publicidad gubernamental, podrían ofrecer un periodismo más objetivo, con más autonomía, existen ejemplos en todo el país, como *Noroeste*, en Sinaloa; *El Siglo* de Torreón y *El Diario* de Yucatán que no son voceros del Estado, ni de partidos políticos. Los diarios *Reforma* y *La Jornada*, se han independizado en cierta forma del Gobierno Federal, optando, por publicidad de los gobiernos locales, como el ejemplo de la revista “*Proceso*, que cuando era vetada por el Gobierno, esta era auxiliada por las finanzas de los gobiernos locales.”<sup>185</sup> La publicidad que se va del periódico *Reforma* no se va a *La Jornada*, es el nicho del mercado de sectores el que determina eso y es por eso que ha ido haciendo esa independencia económica, lo que le ha permitido lograr esa credibilidad, sin descuidar claro; algunos temas que son parte de la agenda del dueño...

#### A) *Reforma*

A diferencia de *La Jornada*, la cuestión económica no fue un problema para iniciar su empresa periodística, sino más bien el tipo de diario que se quería hacer para la capital, en palabras del propio director de la zona metropolitana: “te puedo decir que *Reforma* es un periódico con una orientación política, económica y de información general, esa era nuestra configuración de nuestro diario.”<sup>186</sup> Actualmente, establecer un

---

<sup>184</sup> Entrevista a Villanueva. 27/02/2018.

<sup>185</sup> *Ibid.*

<sup>186</sup> Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

periódico se necesitaría millones de dólares. “El abastecimiento de papel y las mesas de redacción que llevan ahora mucha tecnología, es un proyecto caro, la verdad la cifra no me atrevería a decirla, dependerá muchísimo de que rotativa compres, que sistema utilices para tus redacciones y tú área de diseño.”<sup>187</sup> En un principio los directivos del Grupo Reforma, solo tenían pensado establecerse en la zona metropolitana, ocupando un nicho en el mercado de electores que no existía en ese entonces:

En ese sentido nosotros lo teníamos muy claro desde que Alejandro Junco, el ahora Presidente y Director General define el periodismo de aquel tiempo del periódico del *Norte* como un periodismo independiente. Muy lejanos del poder económico, muy lejanos del poder religioso, muy lejanos al poder de la autoridad del poder establecido, etc; un periódico que tenía que tener dos cosas para vivir principalmente, de la circulación y de la publicidad, esos eran los ingresos que nos siguen dando a nosotros la capacidad de ser un periódico independiente, porque si tienes capacidad económica, tienes capacidad de ejercer libremente el periodismo, sin tener ataduras del gobierno y los centros del poder.<sup>188</sup>

El diario *Reforma* inició su tiraje bajo pocas señales de éxito según los otros diarios de México, esto, por los esquemas que el periódico presentaba, un plantilla en su mayoría de jóvenes periodistas, grafico a color, es decir; un periódico moderno, distinto al tipo de periodismo que se hacía en ese entonces en México. Bajo este diseño *Reforma* pasó de sexenios en sexenios desde 1994 hasta la actualidad, con un tipo de periodismo definido, teniendo una venta alta o baja de acuerdo a los momentos de crisis económica del país, según sus propios directivos; “la gente tiene menos dinero para comprar periódicos, pero al mismo tiempo, en situaciones de alta conflictividad social, como fue la Revolución en Chiapas, o el asesinato de Colosio la demanda de periódico es más alta,”<sup>189</sup> sucesos específicos con los cuales obtuvieran más ventas.

Somos un producto que ha estado muy relacionado al mercado privado, al mercado de los bancos; es más, fíjate esa respuesta podría tener si tuviera los datos aquí, tenemos periodos, más que periodos gubernamentales años, en donde depende, cuando arranco la telefonía celular, nosotros tuvimos un buen año porque todas las empresas estaban publicitando en telefonía celular. Cuando empezó a haber más inversión en banca privada, los bancos estaban asentándose, sacando sus tarjetas de crédito, cuando viene la gran explosión del Tratado de Libre Comercio

---

<sup>187</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>188</sup> Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

<sup>189</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 18/02/2018.

de nuevas marcas de automóviles, de tener cinco seis marcas a tener 37 marcas y no sé de cuantos cientos de modelos, pero creo que está directamente relacionado con la economía del país.<sup>190</sup>

Al igual que *La Jornada*, *Reforma* no cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, ambas empresas consideran que no es necesario, formar parte del entramado económico mundial y siguen con sus ideas tradicionales en su conformación empresarial y ejecutiva de características familiares y ciudadanos civiles respectivamente. El modelo de periodismo en *Reforma* no se puede determinar tajantemente, que no lo establecieron en base al modelo económico neoliberal, que México asumió durante la década de los 90, describiendo que, “el periódico se mantiene en función de sus principios y valores,”<sup>191</sup> a partir de ofrecer de forma abierta información accesible al lector y ciudadano en general, no obstante; su esquema general se identifica con una prensa de características liberal, según en palabras de su director general:

Entonces tú vas a encontrar anuncios publicitarios de ese tipo, con información relevante para su toma de decisiones, esa es la mejor política que tenemos, si está cercano al modelo neoliberal o no, nosotros somos muy liberales en hacer periodismo y somos liberales en su sistema económico, tal liberal somos que día a día, el periódico *Reforma* sale a las calles en un proceso de compra libre y democrático a pelear la compra contra creo que son 17 periódicos en la Ciudad de México y el lector decide pagar en este momento \$20 pesos por un periódico *Reforma*, versus los demás que están en el camino; yo te puedo decir que no se si somos neoliberales, los que sí somos liberales en nuestra manera de actuar, porque creemos completamente en la libertad y en la toma de decisiones.<sup>192</sup>

Al inicio de su tiraje, *Reforma* se enfrentó a la Unión de Voceadores que boicotearon su venta, por lo cual, los propios empleados, columnistas y directivos de la empresa salieron a la calle a vender su producto editorial, “ese movimiento de 1994 fue increíblemente aceptado por la sociedad, vio a un periódico libre decidido, con ganas de enfrentar, de salir a defender sus derechos a las calles de manera ordenada, de manera pacífica, de manera clara y tuvimos un gran avance en la percepción de la gente (...)”<sup>193</sup> Por su parte, la globalización fue un factor que indiscutiblemente vino a fortalecer su estructura económica, “porque lo ha obligado a elevar estándares de calidad, lo ha

---

<sup>190</sup>Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

<sup>191</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 18/02/2018.

<sup>192</sup> Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

<sup>193</sup> Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

elevado a buscar nuevas formas de contar historias y lo ha obligado a buscar nuevas formas de llegar al público (...), pero si ha significado un boom de medios digitales por ejemplo,”<sup>194</sup> al comprar insumos en el extranjero, como cámaras, tinta, etc., además de la apertura del papel que ya no estaba en manos del Gobierno, lo que antes ocasionaba “comprar el papel a “fuerzas” a empresas gubernamentales y era una manera que el Gobierno podía premiar al que era fiel a él o apretar a quien sentía que no fuera su amigo,”<sup>195</sup>

Los sectores donde *Reforma* tiene sus mayores ventas es el sector privado, aceptando un porcentaje del 7% diario de publicidad gubernamental, sin embargo; “*Reforma* es un diario nacional, con principal presencia en la ciudad de México en todos los niveles sociales, lo que llaman ABC, (...), pero el periódico no se hace pensando que tenemos tal tipo de suscriptores o tal tipo de lectores,”<sup>196</sup> lo que le ha protegido, según de una autonomía en su editorial; puesto que no posee una relación económica que determine su perfil ideológico o periodístico:

Indiscutiblemente del mercado privado, no tengo la mezcla, pero te aseguro que más del 95 % de nuestros ingresos, proceden de nuestra venta de publicidad privada, el sector del que obtenemos nuestro beneficio es ese y también los que nos compran nuestro periódico que son puros privados, habrá alguien que nos compre, una secretaria o alguien que nos compre cinco o diez periódicos, pero el sector es privado punto, nosotros te puede decir que tenemos muy poco ingreso que provenga de publicidad oficial, muy poco y así estamos muy bien.<sup>197</sup>

En ese sentido *Reforma*, se ha convertido en un periódico redituable, en sus ya casi 25 años de existencia, ha logrado generar beneficios económicos a sus empleados, accionistas, repartiendo las utilidades remanentes como cualquiera otra empresa, es decir; sin un porcentaje de publicidad oficial que determine su proceso productivo, *Reforma* ha llegado a sobresalir sobre muchos otros diarios más, que existen bajo la tutela gubernamental de la publicidad oficial, aun cuando no vendan su producto. “¿Por qué hay tantos periódicos? Porque hay mucha publicidad oficial que se entrega a muchos periódicos y es su medio de subsistencia, en nuestro caso nos sentimos bien, en

---

<sup>194</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 18/02/2018.

<sup>195</sup> Entrevista a Lázaro Ríos. 20/02/2018.

<sup>196</sup> Entrevista a de la Vega Peralta.18/02/2018.

<sup>197</sup> Entrevista a Lázaro Ríos.20/02/2018.

que estemos fortalecidos y establecidos en un sector que nos beneficia que es el sector privado; a través de la circulación y a través de la publicidad.”<sup>198</sup> Estas características sin duda le han generado un crecimiento económico en sus ventas, lo que les ha dado un éxito gradual dentro del periodismo mexicano.

El gobierno puede tener la ideología que quiera, a nosotros nos ha tocado trabajar con gobiernos panistas, perredistas aquí en la Ciudad de México, priistas moderados, panistas enojados; la ideología de ellos es la ideología para gobernar, nosotros lo que tenemos que hacer es hacer un espejo lo más diáfano posible, para decirle a los lectores lo que es relevante para su vida cotidiana, ese es el trabajo de nosotros como editores. Nosotros tomamos nuestra responsabilidad para de un cumulo muy grande de información, tomar lo que el perfil de nuestro elector necesita, lo imprimimos o lo ponemos en las diferentes plataformas electrónicas; esperamos a que ellos nos digan – oye me veo muy bien en este espejo, este espejo es lo que necesito-, esa labor tenemos como editores. Pero nosotros realmente observamos periodísticamente la ideología de los gobiernos, porque tenemos que reportarla, pero nos influye, yo te puedo decir que prácticamente en nada en nuestra línea editorial; es una tarea muy simple y cuando tienes años haciéndolo, verdaderamente se convierte en algo fácil de realizar, que es cuando estas elaborando el periódico o realizando una agenda informativa, estás pensando en el lector, que es lo que el lector quiere saber. Entonces las ideologías pueden ser de izquierda, derecha, arriba, abajo, verde o blanca, es algo que tenemos que observar nada más.<sup>199</sup>

Contrario a la percepción social, *Reforma* establece sus objetivos en base a su periodismo profesional, sus ventas se definen por la calidad de su producto, ofreciendo al lector una gama de opciones dentro de mismo diario en cuanto a versiones sobre tal o cual tema social político. “Y si te leen con una causa, con una consigna, a lo mejor te lleves a un público, pero te segregas de todo el resto de la sociedad y *Reforma* tiene entrada a todos los sectores, aunque es erróneamente calificado de derecha.”<sup>200</sup> El imaginario colectivo, podría ser una respuesta hacia la percepción ideológica que posee *Reforma*, que podría venir de sus orígenes económicos y geográficos en México.

---

<sup>198</sup> Ibid.

<sup>199</sup> Ibid.

<sup>200</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 18/02/2018.



## ***B) La Jornada***

Pablo González Casanova, Héctor Aguilar Camín y Carlos Payan Verver (que sería el nuevo director del diario), determinaron en 1984, el tipo de periodismo que se iba a editar (características, principios y estructura), enfatizando que los medios de información en México (salvo raras excepciones), se habían convertido en voceros conservadores de la derecha ideológica, por lo que era imprescindible un nuevo medio de información crítico. Al mismo tiempo que se establecía accionariamente la sociedad anónima de desarrollo de medios (Demos. S.A.C.V.), que se convertiría en el grupo editor del diario, buscando accionistas que fueran libres de intereses particulares o subordinados, estableciendo una empresa pagada y financiada por individuos y asociaciones civiles. El monto inicial fue de 110 millones de pesos, aportados por libre suscripción, sin tener ninguno la mayoría accionaria, ni dominar las decisiones del consejo administrativo de las cuales el único fundador que queda, es la actual directora de diario Carmen Lira Saade desde 1996.<sup>201</sup>

Actualmente el costo más alto para establecer un diario tradicional como el de *La Jornada*, es el recurso humano, que es donde más se gasta en la nómina, además de tomar en cuenta la periodicidad, formato, color y distribución; “los insumos cada vez son más caros, el papel se incrementó el año pasado, en este caso nuestro contrato colectivo tiene muchas prestaciones, (...), nuestra nómina sigue siendo es muy alta (...), y se incrementa los costos cada año y los electores cada vez son menos.”<sup>202</sup> Lo que introduce nuevas variables, como las nuevas tecnologías, lo que ha provocado que tengan muchos más lectores por internet, no obstante; hace 34 años llevar a cabo una empresa de este tipo costaba muchos millones de pesos. “*La Jornada* fue un caso *sui generis* en la prensa en México, fue un proyecto periodístico financiado básicamente por artistas plásticos, intelectuales, dirigentes sociales y literalmente miles de personas que aportaron su dinero para echar andar este proyecto.”<sup>203</sup>

---

<sup>201</sup> Actualmente *La Jornada* un diario multiregional, al existir ocho diarios en la república mexicana, como franquicias o delegaciones del mismo: *La Jornada* de Oriente (Puebla-Tlaxcala), *La Jornada* Morelos (Cuernavaca), *La Jornada* Michoacán (Morelia), *La Jornada* San Luis,(San Luis Potosí),*La Jornada* Zacatecas, (Zacatecas), *La Jornada Jalisco* (Guadalajara), *La Jornada* Guerrero (Acapulco), *La Jornada* de Aguascalientes, *La Jornada* Veracruz. Y una agencia de noticias Asic.

<sup>202</sup> Entrevista a Méndez Meza.26/02/2018.

<sup>203</sup> Entrevista a González Amador.10/02/2018.

Desde 19 de septiembre de 1984, *La Jornada* tuvo una aceptación nacional rápida, así como de proyección internacional tanto para los EUA como Latinoamérica y Europa, su tiraje inicial fue de 20,000 ejemplares, teniendo una aceptación exponencial en los siguientes años:

El primer año fue de mucha dificultad financiera para poder sostenerse, pero era una nueva visión del periodismo que nace en un momento muy particular, coincide con el agotamiento del régimen priista tradicional, que había gobernado este país (...) fue entonces que *La Jornada* se convierte en un referente y obviamente sus ventas exponencialmente crecen.<sup>204</sup>

El crecimiento en ventas de *La Jornada*, fue por los eventos que sucedieron como el temblor de 1985, durante la creación del Frente Democrático Nacional que imprimieron 75, mil ejemplares aproximadamente, durante las elecciones presidenciales del 1988, que marcaron un punto de quiebre del SPM priista, diez años después en 1994, con el levantamiento armado del EZLN, alcanzaría la cifra record de 200, mil ejemplares vendidos, arriba de 150 mil que editaba en aquel entonces el periódico *La Prensa*; para marzo del mismo año, al siguiente día del asesinato del candidato del PRI a la presidencia de la República, Luis Donaldo Colosio Murrieta, se mandaron imprimir 250 mil ejemplares. *La Jornada* no ha sido un diario que tenga prestigio por su liquidez económica desde sus orígenes, “ya trabajando en *La Jornada*, de lo que me pude percatar (...), es que se requiere inversiones muy fuertes, para el sostenimiento del periódico y que siempre existe la necesidad, la búsqueda de publicidad en los organismos gubernamentales.”<sup>205</sup> En palabras de Roberto Garduño, nos dice que:

Yo estoy en el Consejo de Administración en el periódico desde hace diez años, conozco la historia económica y financiera mejor que nadie y puedo decir tajantemente, que nosotros nunca hemos tenido una época boyante, no hemos tenido mejores épocas para el periódico, apenas hace 12 años nos hicimos del edificio donde actualmente trabajamos, la imprenta nos hicimos de ella hace 18 años, no hay una posición financiera como puede haber en otros periódicos en el mundo que inician con capitales muy elevados para poder iniciar sus tirajes.<sup>206</sup>

---

<sup>204</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>205</sup> Entrevista a Velázquez Contreras. 10/02/2018.

<sup>206</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

Actualmente el diario tiene una tirada oficial promedio de 110 mil, ejemplares diarios. Esto ejemplifica, que el diario ha tenido sus más altas ventas en las “coyunturas” específicas del SPM (políticas, naturales, económicas y sociales), y no por sexenios, ya que ha sobrevivido a cada uno de ellos, “podemos decir que desde 1984 a 1997 aproximadamente, fueron los años de mayor crecimiento”.<sup>207</sup> No obstante, la sociedad percibe a *La Jornada* como una opción diferente de enterarse de los acontecimientos en el país como el levantamiento del EZLN, lo que trae consigo un beneficio económico: “Cuando empieza a crecer su tiraje y la sociedad se ve reflejada en las páginas del diario, la sociedad empieza a ver en *La Jornada* una necesidad de anunciarse también, se convierte en un ingreso muy importante en la historia del periódico.”<sup>208</sup> Se puede decir que se multiplicaron las ventas de *La Jornada*, lo cual no ha vuelto a suceder, precisamente en estas últimas décadas, después del 94 según la ex secretaria sindical Elizabeth Velázquez.

Para la década de los 90 *La Jornada* crece tecnológicamente al acceder a la red informática mundial (www Sigla de la expresión inglesa *World Wide Web*, sistema lógico de acceso y búsqueda de la información disponible en Internet, cuyas unidades informativas son las páginas web), para difundir en línea su producto informativo, la nueva realidad informativa generó que muchos diarios replantearan sus esquemas de proyección mediática, donde “el modelo de negocio sobre el que se basaban los periódicos hasta hace pocos años, 15 o 20 años, a literalmente saltado por los aires y ahora todos los periódicos no solo *La Jornada*, enfrentan un gran desafío, que es, mantener su presencia en un mundo digital.”<sup>209</sup> Esta nueva realidad ha traído como consecuencia una baja en las ventas del periodismo impreso, en la última década en México, “La globalización en la que vivimos, no nos podemos sustraer, ha generado en la sociedad un empobrecimiento, porque no somos más críticos, hemos caído en un fenómeno de alineación colectiva.”<sup>210</sup> Sin embargo, se percibe una idea contradictoria, de que al no comprar el periódico impreso, esto los ha beneficiado al existir más lectores en línea que su edición en papel, además de ofrecer un portal en línea gratuito.

---

<sup>207</sup> Entrevista a Velázquez Contreras. 10/02/2018.

<sup>208</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>209</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>210</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

“La globalización si está afectando a los medios de comunicación, los está obligando a ser más competitivos, a tener en el caso de los impresos es una tendencia que se repite en la mayoría de los casos en el país.”<sup>211</sup>

El sostenimiento de un diario proviene de dos ámbitos, el comercial y el lector directo, uno genera la atención del otro, sin embargo; en México, el Estado es el principal cliente de los medios, para Roberto Gonzales “El Estado es un anunciante más, sin duda es un anunciante relevante, pero es uno más, (...), yo no sé qué pasa en otros periódicos, pero el Estado es un anunciante más, ciertamente es un anunciante relevante,”<sup>212</sup> de la misma idea Roberto Méndez opina que “Todos los periódicos y todos los medios de comunicación tenemos ese defecto, (...) porque finalmente la publicidad gubernamental no depende del partido político, porque son recursos públicos, en tal sentido, no tiene por qué ser algo vergonzoso e ilícito por los medios de comunicación.”<sup>213</sup> El Gobierno en turno, siempre ha tenido la costumbre (antes de la alternancia en el 2000 y después de ella), de apoyar discrecionalmente a medios de comunicación que le son afines a través de la publicidad, algo que se percibe como parte de la cultura política en los medios mexicanos:

Ningún medio escrito y esto te lo puedo firmar, puede sobrevivir, ante esta realidad en México por lo menos, que es la más cercana que todos conocemos aquí, sin la publicidad gubernamental, ninguno sobrevive, ni el *Reforma*, ni *El Universal*, podría firmártelo que esos periódicos viven principalmente de la publicidad gubernamental.<sup>214</sup>

El caso de *La jornada*, la inversión en publicidad -su principal fuente de ingresos- había disminuido. Así lo marcan los números ya que en 2014, alcanzaban los 66.28 mil millones de dólares, pero para 2016 solo ingresaron 56.14 mil millones.<sup>215</sup> Esto no necesariamente se traduce en una falta de publicidad oficial, ya que esta puede llegar no

---

<sup>211</sup> Entrevista a Velázquez Contreras. 10/02/2018.

<sup>212</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>213</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>214</sup> Entrevista Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>215</sup> Durante el Gobierno, encabezado por el Presidente Enrique Peña, se gastaron 40 mil millones de pesos en publicidad oficial, lo que equivale a los recursos necesarios para la reconstrucción de la Ciudad de México tras el sismo del pasado 19 de septiembre, afirmó Ricardo Luévano, del Programa de Derecho a la Información de Artículo 19 En entrevista para *#AristeguiCNN*. Según estimados con cifras de Magnaglobal y Campaign Asia. 2018.

solo a través del Gobierno Federal, sino a través de los gobiernos estatales, afines a su editorial como el caso del PRD como Gobierno de la Ciudad de México. Es decir, la publicidad oficial en México se establece por afinidad política, aunque todos los diarios y revistas reciben una cantidad, esta no es equiparable al número o volumen de impresiones vendidas, lo que genera que exista una discrecionalidad por parte del Gobierno y los gobiernos estatales, al momento de buscar un medio que publicite sus políticas públicas. “Cada medio de información tiene su ideología, no quiero decir militancia porque se escucharía muy exagerado, pero si cada medio tiene su ideología y depende económicamente o de las políticas que se apliquen.”<sup>216</sup>

*La Jornada* se le identifica ideológicamente con una imagen liberal de tinte social, pero al mismo tiempo esto, obligó darle una voz a todos aquellos grupos que no tenían cobertura en otros medios, “había una pluralidad; porque no solamente se difundía evidentemente lo gubernamental, sino se difundía también la oposición, incluso lo que decían los grupos de poder, hablando en términos económicos, era como un calidoscopio donde se daba voz a todos los grupos”<sup>217</sup> Esto nos dice que existía una conexión hacia el exterior y que se podía hacer un periodismo sin el apoyo gubernamental, no obstante, *La Jornada* no es solo es medio de comunicación, sino también es una empresa y como tal necesita vender, aunque si tiene una inclinación hacia los grupos sociales, universitarios progresistas, pero al mismo tiempo publicaba lo que acontecía a nivel nacional. Sin embargo, existen opiniones que difieren:

Creo que definitivamente el caso de *La Jornada* es una muestra que sí, es un periódico que no tiene un dueño empresario, es como dije, las propiedades de la empresa que edita *La Jornada* está en manos de 260 socios que tiene cada uno de ellos exactamente el mismo número de acciones, es decir, ningún socio predomina sobre otro y es una empresa que todos los recursos que ha generado a lo largo de sus 30, 33 años de vida, han sido reinvertidos absolutamente en mejorar las condiciones salariales de los trabajadores y mantener vivo el propio diario.<sup>218</sup>

Estos recursos públicos no tienen forma de rendir cuentas en realidad, pues aunque hay una ley de transparencia que obliga a que todos los recursos públicos asociados a la comunicación social puedan ser colocados en un sitio de Internet para que todo el

---

<sup>216</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>217</sup> Entrevista a Velázquez Contreras. 10/02/2018

<sup>218</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

mundo pueda revisarlos o pueda hacer un escrutinio al respecto, esto no lo hacen los sujetos obligados, ni los poderes, ni las entidades federativas, ni mucho menos el gobierno federal. El caso específico de *La Jornada*, su editorial ha sido la de identificarse ideológicamente con grupos de izquierda y de luchas sociales, lo que le ha generado mayores ventas, pero existe una visión de que *La Jornada* más que tener una visión ideológica en su editorial tiene una visión periodística, no obstante:

Claro que la definición ideológica coadyuva a las ventas, pero algo importante que te quiero decir, las ventas en este país no solamente de *La Jornada*, sino de todos los periódicos, vienen en caída libre y más cuando se han incrementado los precios de portada. El único periódico que mantiene el precio de portada desde hace 15, 20 años es *La Jornada* de 10 pesos, hoy *Reforma* cuesta 20, estamos hablando de una sociedad, donde el ingreso, el salario mínimo es de 83 pesos, si compro un periódico de 10 o de 20, les estoy quitando a mi familia por lo menos un kilo de tortillas, la gente lee cada vez menos, esa es la realidad.<sup>219</sup>

Esta visión se complementa con un país que económicamente pasa por un periodo de crisis, que ha durado por más de 10 años, lo que repercute en el consumo cotidiano de lector de acuerdo Roberto Méndez: “puede ser que haya altibajos en la venta del periódico también por la situación económica, difícilmente alguien que no puede conseguir \$10. (Diez pesos), puede comprar un diario.”<sup>220</sup> Por algún tiempo el haber dado difusión abiertamente al movimiento zapatista en el 94, puso a *La Jornada* a nivel nacional e internacional, como diario de apoyo a las causas de izquierda, pero al mismo tiempo le generó los mayores ingresos económicos al darle una cobertura total, reportando consuetudinariamente a la sociedad.

#### **6.1.2.- El marco legal y sus efectos en *La Jornada* y *Reforma***

La regulación hacia los medios de comunicación en México ha impactado directamente a la prensa escrita, cualquiera regulación en sus funciones o actividades trajo consecuencias en la vida social y en el tratamiento informativo, tal es caso de los límites a la libertad de expresión a periodistas y periódicos que han existido durante todo su desarrollo histórico,<sup>221</sup> hasta la actualidad, con ciertos matices en algunos

---

<sup>219</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>220</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>221</sup> Desde la colonia los virreyes y el clero tenían control sobre la información que llegaba a las Américas, la cual solo es accesible a las castas más privilegiadas, los temas con excepción de la política variaban, pero pronto cambiaría con los movimientos independentistas iniciados en 1810. El periodismo fue siempre

casos;<sup>222</sup> no obstante, también se ha llegado a discutir en las más altas tribunas políticas internacionales, para legislar sobre el tema, como en la asamblea de la Naciones Unidas en 1948.

El marco legal para medios impresos, en este caso, para los diarios *La Jornada* y *Reforma*, es igual en términos jurídicos, la dos son empresas privadas, en el rubro de la información, sin embargo; la forma de su estructura corporativa no es la misma, por una parte, *La Jornada* está fundada bajo los principios de una sociedad de accionistas de diversa índole, que no es lo normal en que cualquier empresa de este rubro, mientras que *Reforma* es una empresa tradicional en términos familiares, la mayor parte de las acciones está en manos de una sola persona, su presidente Alejandro Junco de la Vega. Ambas empresas se rigen por las normas existentes del código civil: sociedad anónima, sociedad civil, sociedad de responsabilidad delimitada. Es decir, no hay ninguna diferencia por ser empresas informativas sobre cualquier empresa de otra índole, “en este país no hay ninguna fórmula como la pudo haber en España 1978, donde hubo una ley, que duro un tiempo para apoyar, precisamente una prensa democrática. Aquí no hay, no ha habido, no existe, ninguna ley en materia, repito de prensa informativa”.<sup>223</sup>

Otras normas legales, son los derechos civiles de los periodistas, los que tienen que ver con la libertad de expresión, en el primer caso se refiere, aunque no se necesite un permiso para fundar un empresa informativa, si pasa por una serie de requisitos de la Secretaría de Gobernación, para ver si no se difunde alguna actividad fuera de la ley: terrorismo, pornografía, apología de la violencia, etc. Cómo cuando se determinó fundar el diario *La Jornada* (además del apoyo económico, la prensa en México, siempre ha buscado el reconocimiento oficial del Estado, la visibilidad ante los demás medios, subvenciones, publicidad, etc.).<sup>224</sup> “No era un problema legal, lo que buscaron quienes

---

un medio de control de los grupos de poder, a su vez que crecía el intercambio de intereses comerciales a través de la publicidad como fue el caso del *Imparcial*.

<sup>222</sup> Luis Bojórquez dice que hoy en día la prensa escrita es tan solo un notario de la comunicación. Fernández Fátima. (1982) Los medios de comunicación masiva, p, 186. <http://www.diariamente.com.mx/>. 26/09/2018.

<sup>223</sup> Entrevista a Ernesto Villanueva 27/02/2018.

<sup>224</sup> Para los medios electrónicos también existían ciertas consideraciones que se manejan en cuanto a las renovaciones y concesiones para radio y televisión. Sin embargo, esto no quiere decir que exista un marco legal específico para las empresas periodísticas.

encabezaron al grupo fundador de *La Jornada*, fue la aquiescencia política del Gobierno, no se podría crear un periódico, tan vistoso al menos en términos propagandísticos, sin acuerdo del Gobierno”.<sup>225</sup> Esta característica en México ha sido la condicionante desde entonces, “atenidos y confiados en las reglas que había para en la creación de impresos”,<sup>226</sup> y se entiende como todavía algunos diarios guardan este tipo de relaciones antropológicas, con partidos políticos y grupos económicos dominantes.

Si bien, ha existido un contubernio tácito entre empresarios, periodistas y Gobierno con respecto a la información que se vierte en sus periódicos, siempre ha habido momentos, donde estos acuerdos no escritos, ha llevado a un control excesivo por parte del Estado y sus consecuentes repercusiones al interior del sistema político. “Hay mucha autocensura en los grandes corporativos mediáticos, que caen en cascada hacia sus redacciones, son autocensuras, propias de los intereses de cada grupo mediático, yo creo que todos te van a decir que pueden ejercer su libertad de prensa.”<sup>227</sup> Es decir, al no existir una Ley de Prensa propiamente dicha, se han beneficiado cada parte entre sí, cada diario o reportero sabe que decir y qué no decir, aun cuando la Constitución lo establece en sus artículos 6º y 7º, existe una autocensura sobre temas que implican al presidente y sus instituciones afines. Por otra parte, si hay leyes locales como:

En la Ciudad de México tenemos la ley del secreto profesional del periodista para el Distrito Federal (...), así se llama todavía, donde se protege las fuentes informativas, se protege el secreto profesional. Tenemos una ley de responsabilidad civil, para la protección del derecho al honor, a la vida privada y a la propia imagen para el Distrito Federal, que recoge las tendencias más importantes, de las prácticas internacionales consideradas modélicas, como la figura de la (...) efectiva, se introduce en ley y eso tiene un tratamiento muy clásico, en donde si se trata de un personaje público y es un tema de interés público, priva el derecho a saber, que el derecho a la vida privada o al honor del personaje público.<sup>228</sup>

---

<sup>225</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>226</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>227</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>228</sup> Entrevista Ernesto Villanueva 27/02/2018.



Estas leyes en México se establecieron, bajo cierto tipos de apoyo entre las partes, “un problema que hemos tenido en México es que, con el pretexto de que hacen periodismo y que reciben favores del Gobierno, muchas empresas se acostumbraron a no cumplir con las reglas laborales más elementales.”<sup>229</sup> Es decir; el problema no es un régimen específico para los periódicos en términos legales, sino que se aplique en los periódicos el régimen legal que existe para las empresas en México. La respuesta podría estar, que no existe una Ley de Prensa, sino más bien una Ley de Imprenta, que sanciona más a los afectados por el periodismo, a la cual le han quitado artículos ominosos desde lo penal (penas de cárcel para aquel que calumniara u ofendiera), y que sigue existiendo con algunos cambios, aunque todavía se mantiene en código civil como un límite, generando un atraso al ejercicio profesional periodístico. Además de estas características la prensa mexicana tiene las mismas obligaciones legales que cualquier empresa. Estos cambios en las leyes no traería mecanismos de supervisión o regulación hacia los medios, lo que de nada han servido sus reformas, ya que no ha habido un cumplimiento a la legislación, además de que esto no sucede en todos los estados de la República, cada estado tiene sus propias normativas, pero por lo menos en la capital si existe.

Pero por lo general tenemos un marco general disperso, con reglas diferentes, en algunos casos para los medios electrónicos y por otro lado para los medios impresos, hoy en día estamos frente a esfuerzos recientes para homogenizar esas reglas. (...) Lo que sí tenemos en los últimos diez años, es una transformación radical de la legislación para los medios electrónicos y en algunos segmentos para la prensa escrita.<sup>230</sup>

En la incongruencia del sistema jurídico, tenemos un Estado que respeta pero no garantiza la libertad de expresión, esta característica se tiene a partir del control que el sistema político había tenido, durante todo la hegemonía priista; siempre se han realizado elecciones concurrentes desde 1929, hasta la actualidad, dando una imagen de democracia al interior del sistema, pero al mismo tiempo, el sistema político monopolizaba las prácticas de poder, en todos los niveles de Gobierno. “Es una situación muy heterogénea, si solo atendiéramos a la desaparición de periodistas, a los asesinatos de periodistas, pues diríamos pues claro que no hay libertad de expresión,” sin embargo; al mismo tiempo existe una abanico de posturas críticas al sistema que se

---

<sup>229</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>230</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

pueden ver en los canales de televisión, leer en los diarios de circulación nacional y escuchar en las radiodifusoras del país, ver caricaturas contra el sistema o Gobierno y sus funcionarios, hasta del Presidente de la República:

El límite que tiene nuestra ley de responsabilidades civiles, que en ninguna caso las palabras injuriosas por sí mismo están tuteladas o protegidas por la constitución, el lenguaje, nuestro idioma es tan amplio que tenemos una gran cantidad de palabras para podernos expresar, como decía una amiga el problema no es decir perro sino la manera perra de decirlo, esto suena chusco, es una verdad, y esto está previsto como un límite muy claro para la libertad de expresión en cualquier caso no necesitamos utilizar un lenguaje soez o injuriosos por sí mismo para poder expresar nuestro punto de vista, ya sea como libertad de expresión o como libertad de tránsito.<sup>231</sup>

En fin “hay violaciones a la libertad de expresión, por parte de autoridades menores, los presidentes municipales (...). Y hay segmentos donde el crimen organizado, ha resuelto tener su propia agenda pública.”<sup>232</sup> Es una situación muy compleja, donde el Estado se ha enfrentado a estos grupos en regiones muy focalizadas y los medios impresos han quedado en el fuego cruzado. “yo he trabajado con despachos que han defendido a periodistas de la talla de Sergio Aguayo, donde ha sido atacado por un ex gobernador y no hablemos del narco, donde los atacan y no hay manera de defenderlos, porque no sabes quién pago esa fuerza.”<sup>233</sup> Aun cuando se tiene un marco legal de protección hacia los periodistas bajo los estándares internacionales, ha existido una violación sistemática en sus derechos, tanto por el Gobierno como del crimen organizado; evidentemente la obligación del Estado es garantizar que esto no suceda:

Se han creado acuerdos de protocolos de seguridad, en el caso mexicano eso una simulación, no se cumple, se creado una fiscalía de atención especializada de delitos a periodistas en el ámbito federal, en el ámbito local y en algunos estados, pero tampoco han cumplido y eso es lo grave del caso, no han logrado consignar a ninguna persona, a pesar de tener varios años y gastado cientos de millones de pesos, pero no hay un solo probable responsable detenido, sentenciado no hay ningún esto significa que estos cuerpos son efectivamente, de cara a la opinión pública internacional y a la nacional, para generar un sentido de seguridad psicológica, pero no de seguridad real, si no hay, esto se creó en el último año de Fox; estamos hablando ya de seis, casi 12 años, y no hay un solo detenido, un solo

---

<sup>231</sup> Entrevista a Ernesto Villanueva. 27/02/2018.

<sup>232</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>233</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

consignado, pues esto es gravísimo, en el ámbito federal no ha habido uno solo.<sup>234</sup>

El marco regulatorio que existe en México, adolece de los elementos básicos que desempeñan los periodistas, “en México hay muchas leyes que protege, que cuidan, el problema es quien las aplica o como las aplican.”<sup>235</sup> El ejemplo más claro es la Cláusula de Conciencia<sup>236</sup> que no ha sido una norma que se haya establecido de forma legal a nivel federal y que solo existe en ámbito local de la Ciudad de México, bajo algunas excepciones, incorporada en enero de 1917. Estas consideraciones daría al periodista el derecho a dejar la empresa, si considera que cambio de línea editorial o que fue absorbida por una empresa distante a sus intereses profesionales, con el debido apoyo legal de por medio.

Tenemos dos problemas uno que no existe jurídicamente la figura y otro donde existe no aplica; por la cultura finalmente del mexicano, la ausencia de un Estado de derecho, por lo menos en desarrollo en México, en México no hay un estado de derecho pleno, tampoco un estado de derecho en desarrollo, hay pequeñas islas, donde se observa el derecho, en un mar donde el derecho es simplemente una guía referencial, pero no una aplicación puntual de la norma.<sup>237</sup>

Aun con los cambios tecnológicos y la apertura comercial de los medios de información, México continúa con una ideología de protección gubernamental ante los medios. No habido cambios en su proyección democrática, ni con los lineamientos del modelo económico liberal. “yo no veo en ese modelo que afecte el ejercicio periodístico, el problema es que el poder corrompe, el poder económico corrompe, el

---

<sup>234</sup> Entrevista a Ernesto Villanueva .27/02/2018.

<sup>235</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>236</sup> En el caso de la cláusula de conciencia, tampoco hay legislación en México. Incluso hay poca en el mundo. El ejemplo paradigmático sigue siendo el de España, donde es un derecho constitucional desde 1978 y fue regulado casi 20 años después por la Ley Orgánica 2/1997. Esa ley define a la cláusula de conciencia como “un derecho constitucional de los profesionales de la información que tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de su función profesional” y faculta a los periodistas para solicitar la rescisión de su relación laboral en los siguientes casos: “a) Cuando en el medio de comunicación con el que estén vinculados laboralmente se produzca un cambio sustancial de orientación informativa o línea ideológica; b) Cuando la empresa les traslade a otro medio del mismo grupo que por su género o línea suponga una ruptura patente con la orientación profesional del informador”. En esos casos, “el ejercicio de este derecho dará lugar a una indemnización, que no será inferior a la pactada contractualmente o, en su defecto, a la establecida por la Ley para el despido improcedente”. <http://www.milenio.com/opinion/fernando-mejia-barquera/cambio-de-frecuencia-periodistas-en-cdmx-secreto-y-clausula-de-conciencia>. Inf loc: 17/10/2018.

<sup>237</sup> Entrevista a Ernesto Villanueva. 27/02/2018.

poder económico ayuda a que tenga la capacidad de limitar el ejercicio de la libertad de expresión o muchas otras cosas”.<sup>238</sup>

### A) *Reforma.*

Indiscutiblemente la ordenación jurídica para los medios de comunicación impresos, es un elemento importante para cualquier sistema político, sin embargo; no todos opinan lo mismo: “creo que el periodismo no necesita de leyes para sí mismo.”<sup>239</sup> En México no obstante, para bien o para mal, esta característica se ha sostenido de tres normas principalmente para su regir su actividades, la ley sobre delitos de imprenta de 1917 y los artículos 6º y 7º de La Constitución del mismo año; *Reforma* como empresa periodística se ha remitido a estas normativas vigentes desde su fundación, “básicamente esos eran nuestros ordenamientos que regulaban el ejercicio periodístico y también la parte civil por lo que respecta a unas cuestiones o alusiones al daño moral. Básicamente esos son los ordenamientos que existían en ese entonces.”<sup>240</sup> Es decir, no existe una norma jurídica específica para el ejercicio periodístico:

Uno, no hay una ley de prensa en México, dos, no veo para que la necesitáramos; tres, la ley de transparencia no es para los periódicos o para los periodistas es para la sociedad en general, es para que todos tengan acceso a la información pública del gobierno. Ley de prensa no hay, ley de medios no existe, hay un sistema de protección a periodistas y ese no es para medios, sino para periodistas en sí y eso lo maneja la Secretaría de Gobernación.<sup>241</sup>

Su actividad laboral se compara con cualquier otra empresa normal, leyes de tipo comercial, mercantil, además de las leyes comunes con empresas que trabajan con la prestación de servicios informativos.<sup>242</sup> Existen más específicas, como son la Ley de la Propiedad Industrial, por lo que tienen que ver obviamente al tema de marcas y la Ley Federal del Derecho de Autor; la cual tiene una gran relevancia, porque es la materia

---

<sup>238</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>239</sup> Entrevista de la Vega Peralta. 18/02/2018.

<sup>240</sup> Entrevista a Santaolaya Ramírez. 22/02/2018.

<sup>241</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>242</sup> La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental es una ley de los Estados Unidos Mexicanos que reconoce y regula el derecho individual al acceso a la información de las instituciones y organismos del Estado. Se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio del 2002.

prima como periodistas, “en México se tiene la protección como si fuera una obra literaria, además de los contenidos de nuestros editorialistas.”<sup>243</sup> Este tipo de normativas son las que rigen principalmente a los medios de comunicación y periodistas y reporteros. *Reforma* ha tenido mucho cuidado en asegurar jurídicamente su marca, tanto sus productos editoriales, cabezas de columnas, como su nombre distintivo. Estas regulaciones tienen su origen en la Ley de Imprenta, que penalizaba la “expresión maliciosa” literalmente y que ahora nos pudiera parecer algo desproporcional, era normal para su tiempo, afortunadamente ha tenido algunas modificación al respecto, pero no deja de ser una ley contraria al sentido periodístico y un elemento de censura para el Estado cuando se siente agraviado, por algún diario. Una de las modificaciones a esa ley se llevó a cabo en el 2015 y se creó la Ley Reglamentaria del Derecho de Réplica, que garantiza y reglamenta en derecho de réplica que establece el primer párrafo en el artículo 6º, donde a la letra dice en uno de sus artículos:

La crítica periodística será sujeta al derecho de réplica en los términos previstos en esta Ley, siempre y cuando esté sustentada en información falsa o inexacta cuya divulgación le cause un agravio a la persona que lo solicite, ya sea político, económico, en su honor, imagen, reputación o, vida privada.<sup>244</sup>

Estas disposiciones pueden resultar agresivas hacia el gremio de la comunicación, ya que no logran esa ponderación entre quien difunde la información y quién es sujeto de derecho de respuesta, por el contrario, castiga al periodista, y puede generar, de facto, una censura *a priori*. Una ley anterior que entró en vigor en 2012, fue La Ley para la Protección de Personas Defensoras de los Derechos Humanos y Periodistas de México, que es un mecanismo de protección y prevención creado con el fin de garantizar la integridad física tanto de defensores de los derechos humanos como de periodistas. Para efectos de esta Ley se entiende por “agresión”, todo daño a la integridad física o psicológica, amenaza, hostigamiento o intimidación que por el ejercicio de su actividad sufran las personas defensoras de derechos Humanos y periodistas. cuyo trabajo consiste en recabar, generar, procesar, editar, comentar, opinar, difundir, publicar o proveer información, a través de cualquier medio de difusión y comunicación que puede ser impreso, radioeléctrico, digital o imagen.

---

<sup>243</sup> Entrevista a Santaolaya Ramírez. 22/02/2018.

<sup>244</sup> Diario oficial de la Federación. DOF: 04/11/2015.

A nivel local *Reforma* y los demás diarios en la ciudad de México, poseen también la ley al secreto profesional de los periodistas y también tienen la ley sobre el derecho a la responsabilidad civil de las personas, a la vida privada, al honor y a la imagen propia de las personas. Las constituciones estatales no tienen una regulación tan avanzada como en la capital, por ejemplo; La ley del secreto profesional, “señala a nivel de marco legal, la negativa o el derecho que tienen los periodistas a presentar sus fuentes y además también a reservarse su fuentes y a evitar presentar los soportes de sus investigaciones”,<sup>245</sup> tales ordenamientos jurídicos existentes en materia de información, no limitan el aumento en cuanto a la censura sobre el periodismo. “La situación tal cual a lo que vive al día de hoy, al final de cuentas si es tema de preocupación en materia de derechos humanos; precisamente uno de esos derechos humanos o derechos fundamentales es precisamente el ejercicio del periodismo de la libertad de expresión.”<sup>246</sup> La percepción de que no se respetan las leyes sobre la materia, permea el ámbito periodístico en México, los 42 periodistas fallecidos en este sexenio son parte de una realidad que sobrepasa el marco jurídico.<sup>247</sup> Los periodistas en México no tienen las garantías para realizar su ejercicio profesional:

Tienen esa naturaleza temeraria, al final de cuentas no dejan de sentir su vulnerabilidad, ante situaciones como agresiones de las cuales han sido víctimas y se encuentran con leyes, como es la ley de mecanismo de protección a los defensores de derechos humanos y periodistas. Que llevados a la práctica, encuentran que son mecanismos muy complicados, porque tienen una estructura bastante compleja, incluso para valorar una situación de riesgo y que hace de alguna manera que los periodistas sientan, que el día salen, todos los días que sales a buscar una nota no va haber esa protección legal como tal; ni los instrumentos legales como tal porque en verdad son complejos, como están estructurados los propios instrumentos legales como la propia ley de protección de los defensores de los derechos humanos y periodistas, no da para efectivamente garantizarles su seguridad.<sup>248</sup>

---

<sup>245</sup> Entrevista a Santaolaya Ramírez, 22/02/2018.

<sup>246</sup> *Ibíd.*

<sup>247</sup> Con Peña Nieto suman 41 periodistas asesinados; el gobierno de Calderón lo supera con 48 casos. En total, entre 2009 y 2017, van 78 periodistas asesinados, un promedio de casi 9 comunicadores asesinados al año. En el informe ‘Democracia simulada, nada que aplaudir’, Artículo 19 señaló que “a pesar de que el discurso oficial del gobierno ha culpado una y otra vez al crimen organizado por la violencia contra la prensa”, las cifras de la organización civil apuntan a que los mayores perpetradores de agresiones contra medios son los funcionarios públicos. <https://www.animalpolitico.com> Inf loc: 01/09/2018.

<sup>248</sup> Entrevista a Santaolaya Ramírez. 22/02/2018.

No se puede negar la influencia del modelo económico en las directrices legales hacia la prensa en México y esto se percibe en las publicaciones impresas, no existió un cambio de cultura de profesional, aun cuando este cambio trajo nuevas tecnologías, las empresas periodísticas y el gobierno se subieron a la ola del nuevo modelo económico, sin regular las consecuencias que tendría sus acciones en el conjunto de la sociedad, en base a ello *Reforma* se percibe de la siguiente manera:

Una de los principales insumos de este periódico ha sido la transparencia, las decisiones aquí de manera interna se toman como una estructura organizacional; nunca he visto que una empresa se comporte de manera democrática, porque no es una asamblea, no es una cooperativa, hay directores de área, aquí la información se da a partir de la selección que hace el editor, pero no tiene una línea que digamos, de la dirección en cuanto que puede o que no puede publicar. Está definida en cuanto intereses periodístico.<sup>249</sup>

La transparencia tiene la característica de estar al servicio de la sociedad, que es la parte más débil del conjunto social, la cual genera dos características importantes; confianza y certidumbre. El derecho de acceso a la información guarda una inherente relación con otros derechos humanos y contribuye a su efectivo ejercicio, tal como señala la Relatoría para la Libertad de Expresión en el ámbito de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en su Informe del año 2002, como lo son el derecho de acceso a la justicia, el derecho a la verdad, el derecho a tomar decisiones ciudadanas y políticas debidamente informados, al desarrollo democrático y a la transparencia en la gestión pública.

### **B) *La Jornada***

Las circunstancias sociopolíticas y económicas que México atravesaba en la década de los 80 (a diferencia de otras sociedades latinoamericanas que pasaron por dictaduras que controlaban todos los medios de comunicación, aquí fue distinto), fue el antecedente de *La Jornada*, es decir; más allá de la cuestión jurídica provocada por la intromisión del Estado, como fue el caso de *Excélsior*, no había ningún impedimento legal para su constitución, fue “la conjunción de una idea de fundar un diario independiente, que viera por sus miembros, lo que aspiramos los reporteros y comunicadores de tener nuestro propio medio y creo que es fue la idea que intento

---

<sup>249</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

conseguir *La Jornada*.<sup>250</sup> Como determinante fue también para que los próximos sexenios, los gobiernos neoliberales gozaran de una “bocanada” de aire ante la inconformidad social que prevalecía en ese entonces, “el debilitamiento institucional se manifiesta cuando se desatiende de sus obligaciones, se abre el libre mercado, el libre mercado es el boom, el libre mercado se convirtió como la salvación nacional y eso le dio impunidad política.”<sup>251</sup> El sistema político se encontraba muy cuestionado desde la presidencia de López Portillo en 1976, el Estado había incurrido en gastos exorbitantes, tras la bonanza petrolera, siendo una gran oportunidad para una nueva generación de políticos tecnócratas, que apostaron por un cambio en el modelo económico de exportaciones y que se implementaría en las próximos sexenios, hasta la actualidad, por el de sustitución de importaciones,<sup>252</sup> que había iniciado desde Lázaro Cárdenas en 1938.

*La Jornada* se fundó bajo las reglas de empresas mercantiles, con una estructura de sociedad anónima, adscrita en el Registro Público de la Sociedad, posee un Consejo General elegido por un grupo determinado de accionistas que definen los puestos secundarios, así como la dirección general, el mismo grupo determinó crear una administración adjunta que es la responsable de gestionar a la empresa (Demos,

---

<sup>250</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>251</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>252</sup> La política cardenista se basó en implementar un modelo económico que tenía como objetivo alcanzar el crecimiento hacia el mercado interno mediante una eficiente sustitución de importaciones. Esto implicó desarrollar la demanda interna, realizar una reforma agraria e impulsar la industria nacional. Se fundó la Comisión Federal de Electricidad, el Banco Nacional de Comercio Exterior y el Banco Agrícola, y se refuncionalizó Nacional Financiera para dedicarla al refaccionamiento de capital para la industria, se nacionalizaron los ferrocarriles y el petróleo. El Estado fungió como promotor activo del desarrollo mediante una expansión de su inversión; prueba de esto, es que entre 1940 y 1958 la inversión pública se incrementó de manera notable, los históricos déficits en la balanza de cuenta corriente disminuyeron, al tiempo que crecían las exportaciones lo que ayudó a mantener e incrementar las reservas monetarias. Entre 1960 y 1970, en un contexto de crecimiento y estabilidad económica, la industria de transformación vive su etapa de crecimiento; la industria manufacturera crece un 8.8%, tasa superior a la del conjunto de la economía, 7%, incrementando su participación relativa en el PIB. Asimismo este proceso tuvo elementos contradictorios que lo volvieron sumamente vulnerables. Tales factores son: el agotamiento del mercado interno en su papel de dinamizador del proceso de desarrollo, y la reducción de la intervención del Estado en la economía. A estos factores se debe añadir la crisis de “confianza” de los inversionistas; misma que se tradujo en una fuga de capitales, un incesante endeudamiento externo un crecimiento del circulante, el estancamiento de la producción agrícola, la sobrevaluación del tipo de cambio, el desequilibrio del sector externo y, sobre todo, la ineficiencia de las estructuras productivas, que arrastraban tasas de productividad muy por debajo del crecimiento. Ante la crisis de 1976 el gobierno mexicano adoptó una política de corte restrictivo, propuesto por los organismos financieros internacionales. Andrade Robles Agustín. (2003). El desarrollo del proceso de industrialización en México 1960-1982. P, 5. <http://www.economia.unam.mx/lecturas/inae2/u217.pdf>. Inf loc: 01/10/2018.



desarrollo de medios S.A). La idea al igual que *Reforma*, sobre la importancia de un orden jurídico que regule la actividad periodística, posee diferentes visiones en *La Jornada*, desde la percepción que el periodismo está en una indefensión jurídica, hasta la visión laxa de una protección institucional inmune, “Más que leyes, el periodismo se basa en una garantía constitucional, que es la libre expresión y manifestación de la ideas, a partir de ahí existe como se sabe una Ley de Imprenta que data desde los años 30 (sic) del siglo pasado”.<sup>253</sup> En este sentido presentan una visión instrumental, es decir; se percibe a la prensa como un elemento que se forma aparte del sistema, “existe la libertad de expresión, siempre y cuando las cosas que se publiquen sean verificadas, verídicas y sustentadas en hechos o documentos, no más que eso.”<sup>254</sup> Es una visión blanda de la situación por la que atraviesa la prensa en México, en donde se ha expuesto a nivel internacional, el acoso que sufren día a día el gremio, sin la seguridad que el Estado les garantice su ejercicio, al contrario, “aun cuando sea cierto lo que se publica de un funcionario o de cualquier otra persona y que considere que se le causó un daño moral, esta persona puede demandar al periodista, aun cuando lo datos sean reales.”<sup>255</sup> Actualmente hay una reforma al Derecho de Réplica en el Congreso de la Unión, donde diversas voces se han manifestado en contra, precisamente por lo que se dice en líneas arriba.

Los que se protegen en su mayoría son los dueños de los medios, sobre todo cuando son empresarios y no periodistas y en contraste si hay una falta de protección a los reporteros, más ahora, antes había censura, para no meterse con el gobierno pero no pasaba de ahí, salvo contados casos, pero ahora ya las agresiones a reporteros son cotidianas, son actos fríos y no se resuelven y no pasa nada, ahí si hay una total desprotección a los trabajadores de los medios.<sup>256</sup>

No se observa que tengan una crítica interna a sus obligaciones como una institución al servicio público, “porque las empresas tienen una relación, por decir una palabra un “amasiato” muy perverso con los gobiernos en turno.”<sup>257</sup> No son los principios con los que fue fundada en su origen *La Jornada*, sino como una empresa,

---

<sup>253</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>254</sup> *Ibíd.*

<sup>255</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>256</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>257</sup> Entrevista Garduño Espinoza. 19/02/2018.

como cualquier otra que produce y vende. La visión oficialista de la actividad profesional del periodista no deja dudas al considerar que es una actividad más:

Cualquiera de nosotros se puede dedicar a lo que considere y el periodismo no es ninguna excepción y la práctica periodística está sustentada, digamos, en el ejercicio de la libertad de expresión que está garantizada por La Constitución, no solo a los periodistas, sino a todos los ciudadanos mexicanos, un menor de edad, un no ciudadano puede expresar lo que desee.<sup>258</sup>

Esta visión podría coincidir con la de los países occidentales, que ven el marco jurídico como un estamento legal que no solo, les da seguridad y confianza, sino que permea al conjunto de la sociedad; “aquí los periodistas salen de su casa sin saber si vas a regresar, o si lo que vas publicar, no sabes si vas perjudicar a alguien, te ponen el “fierro” y no sabes que va suceder, dígame de autoridades establecidas o delincuentes o hasta políticos.”<sup>259</sup> Esta visión del país, tuvo un cambio paulatino, de apertura, pero al mismo tiempo de mayor exigencia social, para estar mejor informada, tal vez a consecuencia del impulso de las nuevas fuentes de información que trajo el intercambio comercial con la llegada del TLC a mediados de los 90.

Yo empecé a trabajar como reportero en el 91 y las historias que se contaban eran de total control, cuando yo llegue al *Heraldo de México*, me dijeron hay tres temas que no puedes tocar, la Virgen de Guadalupe, el Ejército y el Presidente de la República. Pero a partir del 92,93, comenzó un cambio total de los medios de comunicación, la sociedad estaba más exigente, los lectores no creían...<sup>260</sup>

Es decir, dependía de los medios y del tema que se podía ejercer la libertad de expresión, por ejemplo; “los casos en radio de Carmen de Aristegui, si hay libertad de expresión pero tuvieron una consecuencia, muy funesta.”<sup>261</sup> Si hay libertad de expresión, pero dependiendo de cómo se maneje el tema que se expone y que haya consecuencias o no, es decir; hay un filtro en la información, que genera que la sociedad no tenga toda la objetividad posible, esto puede ser miedo a los involucrados y a la falta de una ley que los proteja en su mismo caso. Por otra parte, “aquí no se regula la entrega

---

<sup>258</sup> Entrevista González Amador. 10/02/2018.

<sup>259</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>260</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>261</sup> Ibid.

de la publicidad, eso es discrecional, eso es una cuestión que está en manos de cada gobierno, el Gobierno decide a que medios favorece y a cuales no y eso representa un peligro para el ejercicio democrático de la comunicación.”<sup>262</sup> Existen dos México en términos jurídicos para los medios impresos, la Ciudad de México posee leyes locales que están más avanzadas en ocasiones que las leyes federales y ni hablar de los estados del interior de la República, que no tienen un reglamento jurídico como la capital del país.

En los estados los gobernadores actúan como virreyes y de ahí para abajo, el alcalde, los diputados, incluso los regidores y aquí es diferente si alguien que quiere agredir con violencia verbal, física o maltrato a los reporteros es diferente, nosotros podemos reclamar pero en los estados es más complicado.<sup>263</sup>

En México la ley no ha logrado socializar en un marco jurídico de respeto a la prensa escrita, ni a los gobernantes y ni a las propias empresas comunicativas, sin embargo, contradictoriamente también “existe una absoluta libertad de expresión, sin que esto quiera decir esta no implique riesgos y en estos momentos, mi impresión es que los riesgos a la libertad de expresión, están determinados más por grupos privados que por el poder público.”<sup>264</sup> Pero al mismo tiempo defienden su separación ideológica con los modelos económicos “La definición periodística y propuesta periodística se define dentro de *La Jornada*.”<sup>265</sup> Sin embargo, *La Jornada* posee contratos con empresas que efectúan determinadas actividades dentro del mismo diario, “luego de 18 años la relaciones laborales de los medios con los trabajadores ha cambiado mucho, a partir de la reforma laboral, que legalizó la tercerización o el *outsourcing*,<sup>266</sup> hay

---

<sup>262</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>263</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>264</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>265</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>266</sup> Es el proceso económico empresarial en el que una sociedad mercantil transfiere los recursos y las responsabilidades referentes al cumplimiento de ciertas tareas a una sociedad externa, *empresa de gestión o subcontratista*, que precisamente se dedica a la prestación de diferentes servicios especializados. Para ello, estas últimas, pueden contratar solo al personal, caso en el cual los recursos los aportará el cliente (instalaciones, *hardware* y *software*), o contratar tanto el personal como los recursos. Por ejemplo, una compañía dedicada a las demoliciones puede subcontratar a una empresa dedicada a la evacuación de residuos para la tarea de deshacerse de los escombros de las unidades demolidas, o una empresa de transporte de bienes puede subcontratar a una empresa especializada en la identificación o empaquetamiento. <https://definicion.de/outsourcing>. 23/04/2018.

periódicos o medios de comunicación que ya no tienen un contrato directo con el medio.”<sup>267</sup> Esta situación laboral, evidencia la vulnerabilidad a la que está expuesto el periodista/reportero; que trabaja en la empresa, ya que al terminar el contrato con la empresa *outsourcing*, no existe relación legal con el diario, dejas de ser empleado de ellos en automático.

La influencia dentro del marco jurídico de sus actividades presenta otro escenario, es decir; si se analiza la nueva narrativa de los medios, podemos ver la influencia del sistema económico neoliberal, tanto en lo laboral, como en lo legal; “yo siempre digo, que hay una convivencia con objeto de que los dueños que compran medios, estén comprando cartas de impunidad a la hora de enfrentarse al sistema legal.”<sup>268</sup> Esto lo podemos observar, en los nuevos conglomerados informativos, que poseen una distribución horizontal de sus empresas en distintos ámbitos económicos y en la cual no existe una ley que regule el poder que pueden llegar a poseer al interior del sistema político.

### **6.1.3.- La ética profesional en *La Jornada* y *Reforma***

Para entender el proceso y contexto actual de la ética periodística en México, debemos de entender que coexiste con otros conceptos que conforman un sistema de conductas, modos y relaciones con los distintos sectores sociales con los que interactúa, entre los cuales encontramos, la democracia, la autorregulación, la profesionalidad y la deontología informativa (responsabilidad social y la veracidad informativa), los cuales no necesariamente forman parte del pensamiento que se tiene en el gremio informativo, como por ejemplo: “Todavía tenemos hoy periodistas, no solo por viejos o experimentados, como quiera decirle, sino porque se han formado en esa cultura, que consideran que la ética es una restricción.”<sup>269</sup> Tomando en cuenta el abanico de objetivos principales del periodismo, lo primero que hay que destacar es la enorme carga ética para su realización y si esta se ajusta a los parámetros democráticos y más aún, si se considera que se trata de una actividad necesaria para la existencia humana cuyo mayor afán es el bien común y la mejoría de las personas en sociedad. En este

---

<sup>267</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>268</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>269</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

contexto, en las sociedades democráticas occidentales, el periodismo debe de poseer, actualidad, bien común, y masificación; lo que significa que el periodismo trata de sintetizar la realidad social, valorando y seleccionando los hechos actuales; habría que ver como a cada diario, separa en secciones, el mosaico de actividades humanas que se llevan a cabo diariamente en su ciudad, región o país, de tal forma que el periodismo ordena y transmite la información para su consumo, dicho lo siguiente:

El periodismo es una actividad humana de trascendencia sociopolítica y cultural, inscrita en el terreno de la comunicación social, que a través de los medios de difusión busca ofrecer informaciones, opiniones e interpretaciones sobre el acontecer público con el fin de brindarle a la gente elementos para comprensión de su mundo y poder tomar sus propias decisiones con conocimiento de causa.<sup>270</sup>

La función de informar en México, la de ser periodista la puede realizar cualquier ciudadano, (en el estricto sentido laboral, como parte de su trabajo diario), “desde luego la educación no estorba, la instrucción universitaria es un recurso más, pero no es fundamental para hacer un buen trabajo periodístico y con o sin instrucción universitaria, hay una enorme cantidad de periodistas que aunque no esté por escrito, tienen parámetros éticos.”<sup>271</sup> En México existe una forma subjetiva, no hay licencia como en otros países (Bélgica, Italia, Dinamarca, Francia), que se obtienen por organismos profesionales, en México la potestad de informar la ha adjudicado tradicionalmente la empresa editorial, sin embargo, poco a poco se va profesionalizando esta actividad:

En México poco apoco empieza a ver más periodistas surgidos de las universidades, se ha emitido el acuerdo 286, por la Secretaría de educación pública, en cual se traslada los conocimientos empíricos de un periodista más un examen genérico, para obtener la cedula profesional y el título de licenciado en periodismo que es un mecanismo para los periodistas que no tenían, una buena parte una educación universitaria, obtuvieron un reconocimiento de su trabajo empírico en créditos académicos tan altos, que se obtienen y se han utilizado esa figura en el artículo 286, para reconocerles su conocimientos y expedirles su título y su cedula profesional respectiva.<sup>272</sup>

---

<sup>270</sup> Martínez Sánchez, Omar Raúl. (2106). Ética y autorregulación periodística en México. - conceptualización, historia, retos y documentos - <https://cdhdf.org.mx/wp-content/uploads/2015/06/etica-y-autorregulacion.pdf>. P, 15. Inf. 03/10/2018.

<sup>271</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>272</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

El que trabaja en periodismo debe estar consciente que realiza una actividad que implica, su ética, su objetividad y su aporte social, aunque existe todavía una visión de que la ética no va proporcionalmente a su tipo de trabajo, de acuerdo al Dr. Trejo comenta lo siguiente: “una vez ya terminado el semestre, una joven que quería ser periodista, -Me dijo- (...) ¿Por qué quiere que nos quedemos sin trabajo? -No le entiendo- (...), -Es que si aplicamos lo que usted nos dice, nos despiden y no hacemos negocio.-”<sup>273</sup> Un ejemplo de cómo en la actualidad las nuevas generaciones no asimilan su importancia, aunque también se da por otra parte, la de un grupo de periodistas que ven a la ética un valor a su trabajo, destacando entre la competencia y obteniendo prestigio; como diría Ryszard Kapuscinski, “el objetivo del periodista no es pisar cucarachas, sino encender la luz, para que la gente vea como las cucarachas se ocultan.” En ese sentido se entiende que su función se basa en la objetividad, en la moralidad de las circunstancias, en la sensibilidad sobre los hechos y en una independencia externa. En las democracias occidentales, no basan sus libertades sociales, solo al sistema electoral, ya que la democracia es proporcional al grado de desarrollo de la cultura política que posea su ciudadanía.<sup>274</sup> valores, sentimientos, creencias, concepciones, actitudes y percepciones internalizadas que configuran la lectura e interpretación en torno al imaginario y los hechos vinculados al ejercicio del poder.

Lo que ha sucedido hace décadas en varios periódicos, que tienen códigos de ética muy interesantes, que están publicados, que son conocidos pero no los cumplen. Yo estoy convencido que todos los días el diario *El Universal*, que es un diario muy importante, incumple su código de ética, el código está en el sitio web, si uno lo contrasta con la información... En el caso de *Reforma*, se sabe que tienen parámetros éticos, pero son clandestinos o confidenciales, no se conocen hacia afuera, que código de ética y esto desde el comienzo del periódico, puede tener eficacia, si solo se conoce al interior del periódico, es una eficacia muy limitada, es un código que no está pensado para ser reclamado por los lectores, sino solo como un instrumento de conciliación ante conflictos dentro de la redacción.<sup>275</sup>

---

<sup>273</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>274</sup> Peschard, Jacqueline. Cultura política y comportamiento electoral en el Distrito Federal *Revista Mexicana de Sociología*. Vol. 59, No. 1 (Jun. - Mar., 1997), pp. 37-52. <http://lexicodelapolitica.blogspot.com/2015/02/comportamiento-electoral-jacqueline.html>. 03/10/2018.

<sup>275</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

Esta cultura política se nutre cotidianamente de los medios de comunicación, que reflejan a su vez ese conjunto de valores y creencias, en el caso del periodismo mexicano, “hay muchos mundos para periodistas, cubrir negocios, cubrir sociales, es una profesión tan “mona” como es ser abogado, arquitecto o decorador; pero por el otro lado eres un “Rambo”, eres un tipo que arriesga la vida por comunicar cosas que ni si quiera quieren que salga a la luz.”<sup>276</sup> Su evolución de liberalización ha sido paulatina pero constante, sin embargo; “la manera que el modelo profesional se ha dado para la contratación de los periodistas, parecen *Freelance* en todos lados, por cualquier cosa estas o no estás dentro de un medio, ahora puedes tener un portal propio.”<sup>277</sup> Esta característica se ha desarrollado tal y como ha sido la democratización del régimen político mexicano, es decir; al existir un marco jurídico y un Estado de Derecho, hay un periodismo más profesional, sobre esta consideración podemos distinguir las siguientes etapas históricas:

- Control porfirista (1876-1910).
- Entre la libertad, el escarnio periodístico y las facciones políticas (1910-1929).
- Esquema perfeccionado de control político (1929-1976).
- Inicio de la transformación de las relaciones prensa-poder (1976-1994).
- De la efervescencia a la recomposición (1994- 2018).

Desde Tocqueville, que veía a la prensa como un poder vigilante, hasta Bobbio (2003),<sup>278</sup> que lo vislumbraba como un guardián, más que un cuarto poder, una democracia no puede permanecer sin controles a todos los actores políticos y quiérase o no, el periodismo es un protagonista en el entramado del poder que no puede sustraerse de la observancia de reglas que garanticen la responsabilidad social y jurídica de sus hacedores, así como del derecho a la información pública. “Me parece que hay una obligación pública y moral de los medios para tener códigos de ética, pero no debe ser obligatorio, es lo que he sostenido siempre.”<sup>279</sup> Pero la ordenación en México vendría a

---

<sup>276</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>277</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>278</sup> Bobbio, Norberto. (2003). Estado, gobierno y sociedad. Editorial: Fondo de Cultura Económica. México. P, 53.

<sup>279</sup> Entrevista Trejo Delabre: 15/02/2017.

enfrentar el valor del derecho de libertad de expresión, por lo cual no todos están a favor de exista un órgano que la regule:

La ética periodista es ajena al derecho, son dos componentes distintos, el derecho es coercitivo, es obligatorio, es creado por un órgano distinto, en este caso el Congreso, sus normas son obligatorias y en el caso de la ética no es coercitivo surge en el espacio de los periodistas, con el propósito de regular el la mayor calidad periodística, en cambio la ley lo que busca es regular los mínimos para la convivencia pacífica y ordenar a la sociedad.<sup>280</sup>

En México el presidencialismo constitucional determinó el tipo de relación que iba a tener con los medios impresos, el sistema político emanado de Revolución de 1910, vio en la prensa un eficaz instrumento de persuasión y combate ideológico, que se fue perfeccionando durante todo el siglo XX, llegando actualmente a existir una sobre regulación de su ejercicio profesional, aun así, existe una percepción negativa del periodista, “en general el gremio ha sido muy vapuleado, muy atacado, por muchos años de “chayote.””<sup>281</sup> La autonomía del periodismo en México se vislumbró con mayor fuerza a partir del movimiento del 68, que fue un parte aguas en la hegemonía de la información controlada por el Estado. Tras la masacre en la plaza de las Tres Culturas, se iniciaría un periodismo más ético y profesional, pero al mismo tiempo se formaría un recrudecimiento político y económico, con ciertos controles internos en cada empresa informativa, para regular el ejercicio periodístico:

La nota que hace el periodista pasa por una serie de filtros y esos filtros van censurando, matizándola, rechazándola y jerarquizándola; no es la misma nota que parece en la página uno a una que parece en la chiquita en la página 18; todo eso limita esa independencia, no hay un individuo independiente en los medios, porque el trabajo en los medios es por definición es colectivo.<sup>282</sup>

El control que ejercía el Estado sobre la prensa se vería reflejada principalmente con el acoso económico primero a *Excélsior* y posteriormente a la revista *Proceso*, durante al siguiente sexenio de Luis Echeverría Álvarez, el control de los medios se

---

<sup>280</sup> Entrevista a Villanueva, V. 27/02/2018.

<sup>281</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>282</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.



trasladaría a la radio y televisión, que fueron los nuevos mercaderes de la información, existiendo una fervor de sus dueños, al límite de que el presidente de Televisa comentara ser “soldado” del régimen político priista<sup>283</sup>. Como vértice, esta postura permeó al conjunto de comunicadores que verían, como la distancia al poder político era proporcional a su poder adquisitivo, “vivir fuera del presupuesto es vivir en el error”, reza una frase veracruzana acuñada el siglo pasado, que se fue formando en el imaginario colectivo mexicano; “Yo creo que el periodista no tiene la mejor imagen, pero tampoco la peor, yo creo que está en el justo medio, no tiene la imagen de lo que podría ser la policía, los cuerpos policiacos o los políticos, pues están con una imagen muy desacreditados.”<sup>284</sup>

La imagen del periodista “centavero” en su gran mayoría, vendría acompañada del descredito profesional, al igual que la de otras profesiones, “sigue siendo un gremio sometido a condiciones laborales muy inciertas, a mucha alevosía, a mucha prepotencia de las empresas y esto vale lo mismo para medios con aparente experiencia de estado empresarial como *Reforma* y para medios de otro estilo como *La Jornada*.”<sup>285</sup> El periodismo se volvió oficialista, de fuentes fijas/gubernamentales, “únicamente dos; que sería el *Reforma* y la revista *Proceso* y quizá en menor medida *el Universal*, todos los demás tienen que cumplir con su nota diaria y entregar su trabajo y si les queda tiempo intenta hacer de periodismo de investigación.”<sup>286</sup> No existe un periodismo de investigación independiente, eso en parte ha sido una forma de controlar la información que genera el Estado.

Mientras no haya una ley que establezca salarios dignos para ejercer el periodismo, pues la ética o cumplir con la ética idealmente, pues va ser difícil, se podrán cumplir aquellas porciones de la ética que no entre en

---

<sup>283</sup> En 1990 se declaró soldado del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y cinco años después manifestó ser únicamente “soldado del presidente”. Entre Televisa y el PRI, más que una relación de carácter simbiótico incestuosa, es posible reconocer un intrincado sistema de negociaciones. Azcárraga Milmo pretendía expandir el efectivo dominio de Televisa y los presidentes en turno realizaban determinados esfuerzos para contenderlo. Razón y palabra. Primera revista electrónica en América latina, especializada en comunicación. Por Octavio Islas. Número 56. 23/04/2007. <http://www.razonypalabra.org.mx>. 05/10/2018.

<sup>284</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>285</sup> Entrevista Trejo Delabre: .15/02/2018.

<sup>286</sup> Entrevista a Villanueva, V. 27/02/2018.

conflicto con los ingresos o posibilidad de ingresos económicos de los periodistas.<sup>287</sup>

Parte importante de la forma de realizar periodismo en México se debe a la influencia histórica de los Estados Unidos, que desde el siglo pasado, tuvo una mayor preponderancia comercial para los gobiernos entre los dos países, instituyendo un tipo de periodismo de tinte liberal, pero que se fue apegando a las circunstancias locales y costumbres hostiles del nuevo régimen político; alejándose de los códigos de ética y de procedimientos como los tenía Alemania o Francia en ese entonces:

En aquellas circunstancias los medios de comunicación, comparten no solo la ética liberal y el modelo protestante, que habla Weber; que supone que la honestidad, supone con razón, es fundamental para ganar la confianza y en el caso de los medios de comunicación, sin la confianza de la sociedad no pueden desempeñarse, porque reside la confianza en la sociedad, entre otras muchas cosas, porque los medios son negocio y si no son negocio no circulan, si no tienen electores o anunciantes desaparece.<sup>288</sup>

El capitalismo americano, se instituye en la prensa mexicana, a principios del siglo pasado, su origen tiene varias fuentes, empresas que llegaron a explotar el petróleo, minas e ingenios azucareros, los cuales trajeron consigo su manera de generar información (pasquines, periódicos etc), y una visión parecida a la estadounidense; sus códigos éticos internacionales, fueron copiados y aplicados por la prensa nacional y aunque en sus procedimientos no se llevaron a cabo de forma cabal, dieron inicio a un periodismo moderno, existe en el caso del Grupo Reforma; el antecedente de sus fundadores, que fueron de cierta forma influenciados por la cultura estadounidense al ser formados en Texas principalmente.<sup>289</sup>

En el caso mexicano tenemos una prensa a la que no le interesa el respaldo de la sociedad, no les interesa tener lectores, les interesa que haya negocio y si hay lectores les interesa que sea en grupos muy pequeños. Ahora la situación de la prensa está vendida a los grupos de delincuentes, por gusto o porque no les queda de otra; ya habido periódicos, incluso decomisados desde hace años por el Estado Mexicano, cuando se comprobaba su relación con el narcotráfico, pero hay muchas formas de crear esta dependencia, la

---

<sup>287</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>288</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>289</sup> A los 84 años de edad, el control de la empresa fue tomado por Rodolfo Junco Voigth. Para la continuidad, se relata que trajo anuncios comerciales traídos del sur de Texas, gracias a lo cual el periódico continuó vigente.

situación es muy compleja, pero ha resultado antes que nada del patrocinio oficial a periódicos y a medios de comunicación, sin arraigo en la sociedad.<sup>290</sup>

Su actividad principal de informar como una empresa de servicio público, se tergiversa a los intereses de funcionarios públicos, partidos políticos y actualmente del crimen organizado, manipulando por una gran parte, aunque no de todos, el derecho de la información tanto escritos, como electrónicos.

### **A) *Reforma***

México es uno de los países latinos que posee una gran infraestructura mediática, sin embargo, posee al mismo tiempo un periodismo con muchos intereses con el Estado tras décadas de una hegemonía unipartidista, que permeó en las empresas de papel un estilo de hacer periodismo apegado a los intereses políticos y económicos antes que públicos “La llegada de *Reforma* ayudo (...) a profesionalizar a (...) los medios en México, en muchos sentidos, no solamente en cuanto a ética; sino en diseño (...), *Reforma* fue de los primeros periódicos que uso el color al 100 %, (...) la fotografía y eso provocó que poco a poco (...) los demás medios a hacerlo.”<sup>291</sup>. Como consecuencia, la prensa subordinada al Estado mexicano, se diferenciò de la que ha logrado su autonomía económica, pasando a realizar un periodismo más ético a partir de los 90, para volver a presentar en la actualidad, una ética periodística de baja garantía profesional en algunos medios:

Actualmente hay de todo, en los medios te vas a encontrar de todo, gente que vende inserciones en sus columnas, hay columnistas de negocios, no en *Reforma*, sino en otros medios que tienen programas de radio o televisión, y te venden paquetes y te dicen que si quieres salir en su programa o si quieres que te mencionen en su columna, te van a cobrar tanto por ciento y te hacen paquetes para mencionarte tres veces por semana o una vez al mes y te mencionan en tres medios.<sup>292</sup>

Este *modus vivendi* del periodista, la de vender la información, o su pluma tanto a políticos como a otros medios, *Reforma* lo evitó pagando salarios dignos y evitando los “cochupos” o “mordidas;” era una visión de origen estructural, como una forma de vida.

---

<sup>290</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>291</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>292</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

“El dueño del *Reforma*, el único negocio que tiene es este, este es su negocio familiar, el primer periódico surgió en el 38, 28, (sic) primero el “*Sol*,” luego siguió *El Norte* y luego ya vino “*Reforma*”. Este es su único negocio, este el negocio en que ha creído y por el que ha dado su vida.”<sup>293</sup> La ética periodística en México no se dio de forma natural, sino más bien, por un cambio en el modo de presentar la información a los lectores, que se fueron educando con el tiempo y exigiendo más objetividad y profesionalismo en su trabajo:

Recuerdo que estando en la universidad, incluso había periodistas que iban a dar conferencias y hablan de cosas muy concretas, de algo que se conoce como el “chayote”, el dinero que se le da a un periodista para cooptarlo y entonces en las clases de periodismo decían que eso no debía ser, pero luego iban algunos, no todos, pero algunos periodistas abiertamente a decir que no pasaba nada, que así eran las cosas y que debías de aceptarlo siempre y cuando no te corrompieran, ósea un absurdo.<sup>294</sup>

Existe un compromiso ético de manera intelectual y académica, pero en la práctica se contraponen con un ambiente hostil, las universidades ven lo ético como parte de su formación académica, pero no existe una liga que una la ética como un estilo de vida profesional y que forme parte de la cultura al interior del sistema. Tanto medios como periodistas en México, determinan de forma particular la ética que le corresponde aplicar para determinado asunto público, actitudes de corrupción que se creían que se habían erradicados por completo, siguen estando vigentes en los medios de comunicación. Estereotipos y percepciones se arraigaron en el siglo pasado, en el imaginario colectivo en México sobre el periodista: borracho, intelectual, “chayotero,” bohemio, fueron algunos de las imágenes que venían a la mente cuando se hablaba como era la vida de un periodista, de hecho; la única escuela que impartía periodismo en México, era la Calos Septién García, fundada en 1949, pero reconocida la validez oficial de sus estudios hasta 1976 por la SEP (Secretaría de Educación Pública), que enseñaba bajo los principios de una pluralidad, libertad de cátedra, dentro del espíritu y objetivos académicos. En ella se respetaban todas las tendencias políticas, ideológicas y religiosas, que chocaron contra la realidad de un sistema no apto para la libertad de expresión.

---

<sup>293</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>294</sup> Entrevista a Álvarez Macías. 21/02/2018.

Entonces surge *Reforma* en 93, tiene un gran éxito porque viene con esa posición ética muy seria, muy distinta y donde además profesionalmente, respetando al profesionista, es decir, un salario profesional, muy buen salario, muy buenos contratos laborales, una exigencia ética muy fuerte en su formación, no lo digo yo, si no personas lo han dicho, viene un parte aguas en la profesionalización del periodismo en México y al estructura ética y además de un periodismo rentable, en el sentido que no necesita vivir del gobierno.<sup>295</sup>

El Grupo Reforma instauró un taller de redacción (impartido por una mujer doctorada en periodismo en los Estados Unidos), que iniciaría primero en el periódico *El Norte*, procurando tener una ética profesional entre sus empleados, que vino a contribuir a dar una imagen de seriedad y profesionalidad al trabajo periodístico. *Reforma* apostó por contratar a jóvenes egresados de universidades, que no estuvieran contaminados por la cultura del “chayote,” “de tal forma que ya no entran solo periodistas o gente que estudiaron comunicación; sino que se aceptan Filósofos, Ingenieros, Arquitectos, Escritores, como una manera de darle al periodismo mayor especialización o nuevas visiones.”<sup>296</sup> Aunque también contrataría a periodistas con experiencia que tuvieran una probada vocación periodística, por otra parte, deberían tener exclusividad con el diario, así como un sueldo digno y decoroso para que el periodista no tuviera que andar vendiendo publicidad o sus notas a otro diario para poder a completar su salario:

Tenemos una separación muy clara, como principio ético entre lo que es comercial y lo que es editorial, desde lo que te comentaba acerca de los edificios trabajamos separados, no tenemos esa relación que tuviera una implicación, un reportero, un editorial del *Reforma* jamás va vender publicidad, está prohibido, es imposible, precisamente para garantizar la independencia del reportero, si yo no tengo un buen sueldo entonces tengo más posibilidades aceptar algo, si yo tengo buen sueldo, si yo tengo políticas muy claras es algo más sencillo que me permitan hacer mi trabajo de forma correcta.<sup>297</sup>

*Reforma* trabaja con una dura y práctica profesionalización ética en su periodismo, desde una claridad en la información al servicio de la sociedad, hasta el celo profesional de no compartir información con otros periódicos, controlando la calidad de la información, así como su veracidad. Su filtro de contratación es el taller de redacción

---

<sup>295</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>296</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>297</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

periodística que inició la Dra. Garner en los años 70 en Monterrey y que en México a partir de 1993, año con año acepta entre las mil solicitudes que se presentan, eligiendo a 40 nuevos reporteros, de los cuales 35 aproximadamente se quedan a laborar. Por otra parte, la visión de una regulación de sus actividades periodística entre sus colaboradores, no es una opción bien recibida, “el periodismo no necesita de regulaciones,”<sup>298</sup> ya que consideran que la ética debería de ser algo personal y no un órgano que la fiscalice:

Finalmente la ética es algo que debe ser compatible asumido por la persona, porque aunque tengas un instituto que regule, finalmente si el reportero no tiene esa ética muy clara cuales deberían ser sus valores, se podría generar un problema administrativo y no sé en qué sentido podría ser ese instituto regulador, orientador o sancionador.<sup>299</sup>

Se busca la autorregulación, donde la propia empresa contenga un código de principios éticos que el periodística o empleado de sus empresa deben de seguir, ya que ven como una imposición que exista un sensor de su actividad o órgano policial que sancione o penalice alguna mala actuación de algún periodista. Esta autonomía ética, *Reforma* la sostiene al tenerla como base de su estructura empresarial, su autonomía profesional en comparación con otros medios, podrá tener estas variaciones, como por ejemplo, en su publicación durante un proceso electoral, que buscan la publicidad. La percepción sobre la libertad de expresión en México es ambigua, es decir, hay libertad de expresión si la quieres ejercer, pero depende de los proyectos de negocio o intereses de cada empresa mediática que quiera ejercer; “por ejemplo, esto es una opinión personal, en España está mucho más claro, el periodismo con causas ideológicas y con corrientes incluso económicas,”<sup>300</sup> *Reforma* basa sus intereses en su estructura corporativa de tipo empresarial, más que en intereses partidistas, hay una estructura, reglas del trabajo de redacción de investigación, para que no caiga en la susceptibilidad que se pida o en la escritura subjetiva, aunque no se puede ser totalmente objetivo:

A nivel individual puede ser variable, es decir, creo que la mayor parte de los periodistas en México por lo menos al nivel de formación, si buscan esa independencia de criterios, no vinculada a partidos, es decir, en

---

<sup>298</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>299</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>300</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

México creo que si está como un valor el periodismo no de causa, sino un periodismo más objetivo de libertad de expresión.<sup>301</sup>

La información como servicio público, es la base de un buen periodismo, “si se entendiera como la obligación del Estado de financiar con recursos públicos, ahí no estamos de acuerdo, precisamente ahí se pierde esa posibilidad de la función de vigilancia que tendría el periodismo ante los poderes.”<sup>302</sup> *Reforma* se percibe así misma como una empresa de servicio público, aun cuando sea una empresa particular, pero basadas en los principios del mercado capitalista. Por ejemplo, “este periódico es una empresa (...), siempre y cuando, como institución social tenga muy clara su función no le veo ningún conflicto en que sea una empresa y que tenga incluso generar ganancia y que esas ganancias se reparta entre los que trabajamos aquí.”<sup>303</sup> Ante la intromisión de nuevos tipos de periodismo, como el de redes u organismos sociales, ONG; financiadas por el Estado la objetividad el profesionalismo va tomando nuevas características, pueden presentar sesgos en la información, lo que el lector verifica, es la calidad de la información y la seriedad con que la presenta, contra la profesionalidad de un periodista.

Creo que en ese sentido desde mi punto de vista en el periodismo pasa algo similar, actualmente decimos todo mundo puede ser periodista, si a los mejor en ese sentido si lo puede hacer en el momento y dar una información, pero para la sociedad, la democracia, para como lo tenemos entendido por lo menos organizado en México en este momento es fundamental que haya periodistas profesionales, con técnicas y herramientas y experiencia que desarrollen esa función de vigilancia de la información.<sup>304</sup>

La importancia del periodismo para su buen funcionamiento en una sociedad democrática, significa que debe de estar fuera de la esfera de control del Estado entendido como objetivo, profesional e independiente; “pero terminan sirviendo un propósito comercial; es muy vago decirlo así, si tú hablas con cualquier periódico como el director “*el Sol de México*” te va decir que su interés es hacer periodismo, pero la

---

<sup>301</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>302</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>303</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>304</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

realidad te refleja otra cosa, lo mismo *Excélsior*.”<sup>305</sup> Esto no debería estar desligado de la información que el Estado genere para sus ciudadanos, en términos de beneficio; es decir, el Estado, puede, es su derecho poseer órganos que difunda la información que considere pertinente a la sociedad. “Sin embargo, lo fundamental, el ideal es que el ciudadano sepa que esos medios son del gobierno, por un lado, o aquellos que no son del gobierno sepa cuál es el financiamiento,”<sup>306</sup> en México esta relación se vuelve muy complicada, por los antecedentes de históricos que existen entre el gobierno y los medios de comunicación.

### ***B) La Jornada***

Definir un estilo de periodismo en México genera, para lo propios periodistas una forma difícil de calificar, ya que para ellos existen varios tipos, así como para definir la ética, no la especifican en una sola forma; sino en actitudes, dependiendo del medio de comunicación (que es la versión más señalada y a la cual deben de aceptar por seguridad laboral), así como el perfil del periodista. “No es que sea una ética voluble de los reporteros sino que la ética está sujeta a lo que la prensa quiere y como cada vez hay menos fuentes de trabajo para reporteros y hay algunos que tienen que ceder.”<sup>307</sup> Sin duda la percepción en general es mejor que la de los policías y políticos de acuerdo a su evolución profesional, aunque “definitivamente no es la profesión ni el personaje más popular que hay, no está en la parte más baja de la escala, pero si esta en tercer o cuarto lugar.”<sup>308</sup> Aunque también existe una percepción del medio en sí, es decir; los lineamientos estructurales que posee la empresa mediática determina mucho su ética profesional, para ello, desde la etnología, se podría realizar un análisis de la prensa en México, para poder comprender sus orígenes, creencias de las elites de cada medio y así poder entender su filosofía y estilo de vida, en este caso laboral:

Voy a responder en dos planos, el plano más importante es de los reporteros que ejercen el periodismo, todos los días, saliendo a la calle a conseguir a buscar información, ahí la ética de estos periodistas esta menos manoseada, si se puede decir, por los grupos de intereses, que los

---

<sup>305</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>306</sup> Entrevista Álvarez Macías. 21/02/2018.

<sup>307</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>308</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.



del segundo bloque de periodistas, que son los columnistas, los que tienen un programa de radio, un programa de televisión, que todos ofrecen sus servicios al mejor postor.<sup>309</sup>

Esta doble percepción, proviene de una clasista división del trabajo comunicativo en México, el reportero de calle que busca la nota diaria, contra el periodista comunicador de fama mediática, que no significa que exista una ética proporcionalmente en cada uno de los casos. sin embargo; también existe una visión que “la profesionalización no garantiza un ejercicio práctico, ese se obtiene trabajando en el día a día,”<sup>310</sup> Existe una visión negativa de la condición y el trabajo del reportero que arriesga su vida a diario, en comparación con otras profesiones; “están en la calle todo el día no es como un doctor en un consultorio, como el abogado en una oficina o en un juzgado, te puedes encontrar lo menos insospechado en tu labor diaria, pero comparado con otras profesiones, esta es una profesión súper desgastante.”<sup>311</sup>

Es una actividad que está permanentemente educándose y actualizándose, porque no podría ser de otra manera, las nuevas tecnologías, las nuevas formas de comunicación, la demanda que tiene la sociedad con respecto a la información, hacen imposible que trabajemos con técnicas viejas, es una profesión, es una actividad periodística que hace muy elevada los estudios.<sup>312</sup>

Sin embargo por otra parte, los salarios bajos en el gremio periodístico, son un motivo para que los jóvenes que estudian periodismo, sigan buscando becas y nunca se enfrenten al periodismo que se aprende en la calle todos los días, los periodistas de la vieja escuela, están más por convicción que por dinero: “Muchos de los periodistas que estamos actualmente, estamos por gusto, es una satisfacción, una necesidad de vida, yo tengo dos negocios, si no, no podría vivir, si a mí me resulta difícil vivir con 46 mil pesos, tengo que pagar escuela de los hijos, tengo que pagar todo, es muy complicado.”<sup>313</sup> La relación entre el Estado, partidos políticos y la prensa actualmente está determinada por la ley electoral que condicione a los partidos como entidades de

---

<sup>309</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>310</sup> Entrevista Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>311</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>312</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>313</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

interés público en 1997,<sup>314</sup> “los partidos políticos reciben del Instituto Nacional Electoral, un monto económico para difundir sus actividades entre el periodo de precampaña y campaña y es ahí donde se pagan a los medios de comunicación impresos sus actividades importantes”.<sup>315</sup> Entre más compromisos económicos tenga la prensa, más control tendrá el Estado sobre ella, pero esta cercanía se matiza con la prensa que no tiene una estructura profesional, es decir; aquella que no posee códigos de conducta hacia adentro y hacia fuera de la empresa, tiene más riesgo de ser contaminada por la corrupción.

Además quien la regularía, quien tendría que hacer una ley para regular al periodismo, los mismos personajes que son sujetos del escrutinio público, que van hacer la clase política, la clase empresarial o los jerarcas religiosos, van a buscar una regulación para que haya más escrutinio hacia ellos o menos escrutinio, esta difícil limitar el periodismo se ejerce pero no se regula.<sup>316</sup>

Esta percepción sobre la regulación ética de la prensa, genera en el gremio periodístico mexicano, un rechazo total, la cual puede ser motivo por la historia de control que ha tenido la prensa con el poder político y por otra que la libertad de expresión; que no es concebida bajo un ordenamiento legal o jurídico, ni hacia adentro, ni hacia fuera, sino personal. “Tendría que a ver unas directrices generales, porque cada medio podría argumentar como ejercer el periodismo, algunos periódicos lo han intentado (...). Yo creo que más bien debe de haber la autorregulación.”<sup>317</sup> Es decir, el profesionalismo periodístico, lo conciben a través de las características personales de cada periodista, sus límites éticos, basados en su propia historia de vida, en una autorregulación ética personal.

---

<sup>314</sup> Hasta antes de la reforma política iniciada en 1977, los partidos no tenían financiamiento público, pero era notorio que los recursos públicos fluían, sin control, hacia el partido oficial. No había regulación sobre el acceso de los partidos a los medios y los medios enfocaban sus lentes, grabadoras, papeles y lápices, a la única campaña reconocida oficialmente que fue la del candidato del PRI, José López Portillo (JLP), por ello solo esa acababa teniendo visibilidad pública.

<sup>315</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>316</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>317</sup> Entrevista Méndez Meza. 26/02.2018.

¿Cómo puede ser un periodista imparcial en un sistema como el mexicano?

<sup>318</sup>“Yo considero que depende de cada persona, yo me siento muy libre, siempre los medios van a querer que el enfoque de la noticia sea uno, la noticia es un hecho social, tiene sus enfoques”. Se dice que la imparcialidad dentro del periodismo es subjetiva, ser imparcial de hecho, es tomar partido en términos filosóficos. “Bueno cuando compran el espacio, se publica al menos en el caso de *La Jornada* tal cual, como lo están pidiendo por la compra del espacio, pero también existe la publicidad que los favorece; es decir, se dan las dos facetas.”<sup>319</sup> El reportero toma partido a partir que no dice algo que la ley no considera como falso. “El enfoque que yo le doy a una nota, la parte que mi me parece atractiva de una información, refleja en esencia una posición propia y si esa posición está apegada a las leyes y no implica tergiversar, mentir, calumniar, inventar, pues es una posición totalmente válida.”<sup>320</sup> Pero si comparamos la respuesta de anterior, el sistema educativo, los programas de estudio en comunicación, no están basados en el ideal filosófico liberal, aunque; en México existe una pluralidad informativa, que permite identificar la información de lo que nos quieren decir, esta no está en sintonía con los valores éticos de una profesión, sino más bien, en una visión de desarrollo personal, basada en el consumo capitalista.

La prensa como servicio público, es decir; basada en ofrecer información útil a la sociedad, se presenta con una imagen liberal, pero en términos económicos su desarrollo depende de sus intereses particulares, “pero la sociedad si es cada vez más exigente, si nota un desvarío o falla en la información lo dice, no lo dice directamente en los medios porque no hay un interrelación lector-medio, pero si en la redes sociales donde son más críticos.”<sup>321</sup> El periodismo debe estar consciente que su trabajo define la toma de decisiones en los electores, el periodismo informa sobre todo lo que ocurre, sobre todo lo que afecta o lo que puede afectarla; el periodismo es imprescindible siempre, en cualquier circunstancia, la idea de ser considerado un cuarto poder afecta su ejercicio social, pero si es posible que sea: “como un contra peso al ejercicio de la política gubernamental, incluso de las actividades que parecen no muy importantes para

---

<sup>318</sup> Entrevista Méndez meza. 26/02/2018.

<sup>319</sup> Entrevista Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>320</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>321</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

la sociedad, si tiene que ser un lupa, en el ejercicio de la sociedad, porque si no tenemos esa vista puesta en lo que hacemos la sociedad se puede torcer más...”<sup>322</sup>

La importancia de una prensa sana, económicamente dentro un sistema político, determina el nivel de sociedad e información que se brinda, es obvio que las empresas periodísticas tienen que ganar, para poder seguir brindando este servicio, pero no a costa de sus propios empleados, lo que se traduce en situaciones contradictorias: “las nóminas de los periodistas son bajas y los ingresos de los propietarios de los diarios son muy altas.”<sup>323</sup> Lo que lleva a una inconsistencia en sus cuentas para poder solventar sus gastos e infraestructura, lo que condiciona a que su información sea un bien material, puesto en un mercado de anunciantes, que buscan su beneficio personal, es un negocio empresarial al final de cuentas.

#### **6.1.4.- El paralelismo político en *La Jornada y Reforma***

La influencia del periodismo en la opinión pública ha sido parte del ejercicio histórico que ha tenido este medio de comunicación, desde su aparición como un medio moderno, se ha relacionado la información como una forma de ventaja comercial, económica y política. La objetividad periodista y sus filias políticas es una situación que genera una serie de opiniones divergentes, “a mí me parece que la objetividad plena no existe y que es una construcción ideológica que resulta un poco engañosa, porque bien a bien, no hay periodista plenamente objetivo, ni hay periódico que lo sea absolutamente”<sup>324</sup> En México esta característica tiene marcados ejemplos, desde la colonia, pasando por la independencia hasta el actual sistema político, donde presenta características contradictorias en algunos aspectos:

Los periodistas en términos generales, son de talante liberal, apuestan por el pluralismo, desconfían del PRI y del gobierno priista, aunque vivan de él, se sintonizaron de manera exitosa con los gobiernos del PAN y siguieron viviendo en parte de estos gobiernos, son periodistas y medios sobre todo, son medios acomodaticios muy pragmáticos.<sup>325</sup>

---

<sup>322</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>323</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>324</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>325</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

Una característica muy usual en el periodismo mexicano, es que poseen altas nóminas para los dueños o principales directores, contra un pago reducido a sus colaboradores y reporteros. “Hoy *Reforma* se defiende limitando su publicidad gubernamental, no acepta más de 7% de publicidad oficial diaria, ellos no quieren vivir de esa entrada de dinero del Gobierno Federal; les ha ido muy mal este sexenio, se han corrido a muchos, sí, porque esto es un negocio.”<sup>326</sup> *Reforma* ha tomado la decisión de reducir su nómina sin miedo, antes de estar económicamente supeditada a esta situación de compromiso con el gobierno.

Desde el siglo XIX, la prensa ha estado vinculada al gobierno, ha habido partidas destinadas al pago tanto a los medios periodísticos como a los propios periodistas, cada vez se ha ido sofisticando esta forma para no hacerlo tan burdo y visible, pero sigue existiendo, sigue estando ahí, yo creo que mientras no tengamos una ley de protección oficial y mientras no haya un régimen de pesos y contra esos que no existe en México, para obtener dinero destinados a otros propósitos y asignarlos a medios de comunicación, seguiremos teniendo lo mismo.<sup>327</sup>

La prensa en México se convirtió en el siglo XIX en vocera de los grupos políticos que buscaban el poder, cada grupo, club o partido político, tenía su periódico que promulgaba sus ideas y principios a la mayor población posible; posteriormente en el siglo XX se seguirían un modelo de periodismo estadounidense que nunca se ha aplicado cabalmente, “hoy en día tenemos un periodismo en términos de definiciones políticas, incluso de definiciones ideológicas, un poco más avanzada que el resto de la sociedad, por lo menos eso ocurrió hasta ya entrado el actual siglo”.<sup>328</sup> La incompatibilidad sobre la objetividad entre prensa y política era una forma de hacer periodismo, no como lo establece el artículo 20 de la Constitución Española.<sup>329</sup> Lo que protege este artículo, es la veracidad informativa y queda bajo resguardo legal, especificando una característica actual del periodismo a diferencia del estadounidense que explícitamente defienden su subjetividad en cuanto a la información que difunde sobre determinado partido político o candidato.

---

<sup>326</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>327</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>328</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>329</sup> <https://www.derechoshumanos.net/constitucion/articulo20CE.htm> 15/10/2018. Inf loc: 16/08/2018.

1. *Se reconocen y protegen los derechos:*

*a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.*

*b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.*

*c) A la libertad de cátedra.*

*d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.*

2. *El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.*

3. *La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.*

4. *Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.*

5. *Solo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial.*

En México la diferenciación sobre la relación entre gobierno y prensa “empezó a partir del 94, empieza a cambiar mucho la cultura política, la circulación de ideas, se polariza más el debate público, por muchas razones.”<sup>330</sup> Existe un periodismo politizado o de intereses privados en gran parte de los diarios de opinión con nuevos objetivos económicos, pero habría que matizar este planteamiento, “no creo que el *Universal* no ponga una publicidad si se las van a pagar, no creo que *Reforma* se ponga al banco HSBC, pagar una página, mientras no se meta con su línea editorial, hay una gran pauta en eso.”<sup>331</sup>

---

<sup>330</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>331</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

Posiblemente en diarios pequeños o medianos, algún sindicato puede hacer presión, no obstante, donde no hay una remuneración por sus servicios, se ofrece una información que busca ser positiva a sus intereses particulares. Así como también existe un porcentaje menor de un periodismo de opinión que está más comprometido con la veracidad de la información, “de temas que considera que son parte de la agenda pública, temas de interés públicos y aportando datos veraces y opiniones legítimas o justas o por lo menos reales o que no tienen un trasfondo de naturaleza política de ningún tipo”.<sup>332</sup> Aunque en México el periodismo politizado no es bien visto, no significa que no exista en la realidad, aquí no se acepta formalmente:

Si por supuesto, pero eso sucede en otros países, *Fox News* está totalmente alineado a Donald Trump, no tienen miedo de decirlo, está a favor de los Republicanos, en México eso se nos hace como un pecado, yo creo que es justo que tu apoyes a Anaya, Andrés o al PRI o al PAN, PRI O PRD; los medios no es el limbo donde nadie puede tener preferencias, a nivel mundial existe, *Le Monde* está un grupo o no, lo mismo el *Financial Times* está o no con el Brexit. Solamente este país nos queremos ver impolutos y no estar alineados con nadie, hay que privilegiarlo, hay que decirlo; no podemos decir que *Reforma* está con el Bronco, *Reforma* está con el Bronco y punto.<sup>333</sup>

La cuestión es que en México, “durante una larga época, los periodistas mexicanos de todas las vertientes profesionales e ideológicas, no solo no ocultaban, sino se ufanaban de su trato con el poder y (...), la cercanía con el poder era parte de la normalidad con el periodismo.”<sup>334</sup> Actualmente las relaciones que pueda tener con ciertos grupos políticos o empresariales, levanta una serie de opiniones contrarias, “aquí tenemos todavía una prensa, a la que le da pena o que se niega a reconocer los compromisos políticos que afectan o propician entonces la subjetividad”<sup>335</sup>. Por un parte existe la percepción que el periodismo debe de ser apolítico e incompatible a filias políticas, por la otra existe un periodismo que recibe apoyo económico por parte del gobierno, lo que podría determinar su objetividad profesional. Estas dos percepciones, actuales se podrían solventar al momento que exista una información clara sobre la publicidad que recibe cada diario por parte del gobierno; así como de otros organismos

---

<sup>332</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>333</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>334</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>335</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

políticos o privados, para que la sociedad esté enterada y elija su decisión de comprar o no, ese tipo de periódico.

La situación en México sobre la pluralidad de la información, en un primer lugar no está organizada por diarios ideológicos, para bien o para mal, por lo que la reconstrucción de un hecho social, no la determina un solo periódico, por otra parte; tendría que matizar esta situación, este sexenio concluye, con un aumento en la participación de la prensa de compromisos con el Estado, empresarios y crimen organizado, no todo se puede publicar o difundir. El periodismo de investigación es muy reducido, hay temas que no publican en los diarios de información nacional. “Yo creo que está concentrada, porque los grupos mediáticos tienen intereses muy claros, están con alguien o en contra de alguien, veladamente, creen que nos lo disfrazan y nadie se da cuenta”<sup>336</sup> Aunque existe un periodismo que no es uniforme, “eso está cambiando con las redes digitales o con el internet. Hoy en día la red es muy rápida y muy fácil encontrar distintos ángulos de un acontecimiento, aunque en los diarios no se muestren”.<sup>337</sup> Se trata de informar sobre lo que realmente sucede en el país, lo que justificaría que exista una pluralidad informativa, aunque no sea la constante.

#### **A) *Reforma***

La historia de la prensa en México ha estado acompañada siempre de los procesos de cambio político en el país, “creo que en México es un ejemplo claro de cómo el gobierno se ha servido de los periódicos para apoyar su desempeño, para darles la información que quieren dar, para ocultar la información que quieren ocultar”.<sup>338</sup> Desde la independencia hasta la revolución siempre ha existido una prensa que ha estado tanto del lado liberal como del conservador, no sería hasta el siglo XX, donde habría una separación gradual de la prensa y el partido del gobierno (PRI); aunque cada ciclo sexenal se presentara el nacimiento y desaparición de diarios que nacían y morían con ellos, “entonces la historia así en síntesis en México el periodismo o buena parte que ha ejercido ha estado vinculado a partidos, a tendencias y grupos del poder político central, en este caso de la presidencia, al poder político locales fuertes, como las gubernaturas

---

<sup>336</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>337</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>338</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.



en los estados.”<sup>339</sup> En cualquier estado de la república uno se puede dar cuenta de esto. En las últimas tres décadas, la relación entre la prensa con los diferentes partidos en el gobierno, ha sido de percepciones diferentes, por ejemplo; desde su fundación el diario *Reforma* no ha tenido un sexenio, que no haya sido criticado por estar a favor o en contra de algún partido o candidato:

Cuando Fox era presidente nos decía que *Reforma* era “priista,” cuando Calderón era presidente nos decía que *Reforma* era “perredista,” Peña que es “priista” nos llama “panistas”; Andrés Manuel López Obrador como candidato y como gobernante, curiosamente las principales descalificaciones contra el periódico directamente, han sido del Andrés Manuel López Obrador que se dice de izquierda.<sup>340</sup>

No se puede establecer una definición general para todo el periodismo en México en cuanto a una autonomía con respecto al poder político, “si pudiéramos ponerlos en peso, el peso tiende más a que los medios en México están cooptados por intereses económicos, empresariales gubernamentales y en probablemente en algún momento políticos.”<sup>341</sup> Hay algunos que sí están fuera de la influencia de ex presidentes, presidentes y gobernadores.

El periodismo independiente, el periodismo autónomo, genera probabilidades de éxito, siempre y cuando no tenga subsidios de gobierno, porque la otra opción es decir; no me interesa mis lectores, no me interesa la publicidad privada, lo que me interesa es tener subsidios gubernamentales.<sup>342</sup>

En este sentido, parte de las características principales que posee *Reforma*, es la de tener cierta autonomía económica con respecto al gobierno federal, es que tiene una separación de sus aéreas comerciales con la área editorial, lo que les ha dado cierta autonomía para informar, sin estar limitados en cuanto a las consecuencias que pudieran tener por difundir a la sociedad de cierta marca o empresa, algo que contravenga a sus lectores. Sin embargo, “la prensa mexicana está adherida al poder político, por la vía del subsidio del dinero público, vía publicidad, que sostiene a los periódicos a cambio de

---

<sup>339</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>340</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>341</sup> Entrevista a Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>342</sup> Entrevista a Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

una subordinación de sus línea informativa, entonces se convierten en instrumentos de propaganda oficial.”<sup>343</sup>

Esto ha provocado que a *Reforma* lo critique el partido en el poder, sea de la índole ideológica que sea, aun cuando base su ejercicio periodístico en la profesionalidad y objetividad, sus notas han calado en el sentir de los gobernantes, al dar una opinión plural sobre diversos partidos o candidatos; “si haces un análisis muy detallado del periódico, sobre todo aquí en *Reforma* lo puedes encontrar en “Esquizofrenia” porque va a ver que una página es muy crítica al candidato y dos páginas adelante lo ponen como si fuera un dios”.<sup>344</sup> El otro periodismo se sostiene económicamente de los favores con los distintos niveles de gobierno, se basan en no decir la verdad, lo cual no significa mentir, es simplemente no describir la que sucede en la realidad. El paralelismo político de la prensa en México, posee tipologías muy particulares, “*Reforma* muy probablemente por su línea editorial, somos incómodos sin tratar de serlo, sin desearlo con los gobiernos a nivel federal, a veces estatal y municipal; te puedo decir que tenemos el último lugar de publicidad oficial”,<sup>345</sup> la relación entre prensa y gobierno ha pasado de un periodismo subordinado al Estado, de partido a un periodismo de “fuentes”; hasta momentos de cierta independencia.

Más que autonomía política, creo que es autonomía financiera o económica y esa evidentemente determina el resto de actividades de un periódico, obviamente en sus condiciones laborales, obviamente en sus condiciones sociales, pero eso tiene mucho que ver también con la ética de los periódicos, de los periodistas, de los reporteros de los directivos, de los directores.<sup>346</sup>

La estructura del diario (directivos, directores, reporteros), juega un papel importante en cuanto a su profesionalidad y objetividad y determinará si será vocero del gobierno, lo cual se transmitirá como ejemplo de que así se maneja un diario; “el tema aquí, es si lo que hace informativamente con las editoriales corresponden y dan respuesta a las situaciones que suceden en una comunidad o se ocultan o se evaden”.<sup>347</sup>

---

<sup>343</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>344</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>345</sup> Entrevista a Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>346</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>347</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

Dentro de esta perspectiva, no obstante existe un periodismo que lucha por la independencia profesional, “un periodismo vinculado a los intereses del elector, a los intereses de las comunidades, para las corrientes que escribimos, creo que es una parte muy importante que ha provocado un cambio y acrecentado la relación de un periodismo de estado y un periodismo independiente.”<sup>348</sup> La disciplina periodística en *Reforma*, no implica pensar con robot, sino; a escribir al máximo la visión general de la escena, independientemente de sus filias o fobias políticas “y uno como director de una organización periodística, debes estar revisando y pensando cuando de una manera u otra tus periodistas empiezan a sobreponer sus puntos de vista sobre la información, eso no vale en nuestro modelo periodístico”.<sup>349</sup>

La diferencia con otros países como Estados Unidos o España, donde los diarios tienen una orientación clara ya sea demócrata o monárquico, en México no sucede de igual forma; *Reforma* ha tratado de presentar una pluralidad informativa según el propio director: “en nuestro caso no, no somos panistas, ni priistas, ni perredistas, ni del frente, pretendemos presentarle a la gente la fotografía más diáfana de la realidad nacional en cualquiera de los ámbitos”.<sup>350</sup> Esta definición se basa en un modelo de independencia, el cual no significa que sea bueno o malo, sino que es parte de los principios particulares del propio diario, a diferencia de que en México no es la regla de todos los diarios.

En México nunca pasa a diferencia de lo que pasa en los Estados Unidos, es que los periódicos se desencanten o se declaren abiertamente a favor por un candidato, se supone que es en aras de un mayor equilibrio y una mayor aqueridad; no sé si esto se cumple, finalmente vas a ver en muchos periódicos muchos más cargados para un lado que para el otro, pero creo que válido, en el caso de los Estados Unidos me parece muy válido. El “*Washington Post*” te va a decir nosotros estamos apoyado a tal candidato por tales razones y además lo explican y lo sustentan, en México no lo veo.<sup>351</sup>

---

<sup>348</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>349</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>350</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>351</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

Tenemos que diferenciar que en el paralelismo político entre prensa y poder político, puede darse de dos formas, una que sea por injerencia externa de sindicatos o ONG, etc; que el caso de *Reforma*: “Son organismos no gubernamentales que promueven y que pueden converger con un interés editorial, de un periodismo como el nuestro, no es que haya una injerencia, hay una coincidencia.”<sup>352</sup>

El tema es, una cosa que vengan a tratar de influirte y otra cosa que vengan a ordenar, el ordenamiento viene cuando de por medio una contra prestación, si depende tu próxima nómina de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el viene y te dice: tema es así, pues vas y lo haces como él lo pide, sino, no pagas tú nómina.<sup>353</sup>

Y por otra, que el medio sea un vocero abierto hacia tal cual candidato o partido, o que algún reportero o columnista se convierta en candidato o figura pública relevante, estando en un periódico al mismo tiempo. En México existen columnistas que pueden ser considerados más cercanos hacia tal o cual partido, pero no es propiamente la regla, “creo que indiscutiblemente hay algunos periodistas independientes en México, pero creo que hay demasiado dinero público, manchando la labor periodística”.<sup>354</sup> Esto ha venido descendiendo aunque existe una diversidad de perfiles, no todos son periodistas de profesión, habiendo muchos académicos que coinciden con posturas políticas; donde sí se ve más, es en la radio y la televisión, “hay una simbiosis entre clase política y medios si, principalmente electrónicos y puedes darte cuenta que al mismo tiempo que están trabajando están cobrando para sus intereses más que para la audiencia o el lector, hay un juego perverso por ahí.”<sup>355</sup> Que la popularidad mediática puede darle cierto prestigio personal más al comentarista o columnista, que al reportero que trabajó la noticia.

La pluralidad periodística en México, no corresponde al tipo de sociedad que tenemos, existe pero no en los niveles que un pudiera comparar con otras países, la diversidad de opinión periodísticas no se traduce en una pluralidad informativa; “de los 20 periódicos editados en la ciudad de México y de esos 20, 19 o 18 traerán el mismo

---

<sup>352</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>353</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>354</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>355</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

encabezado”.<sup>356</sup> La constante en la concentración informativa se acentuaría más en el sexenio actual, lo que generó un retroceso en la libre información ciudadana, un ejemplo más del control vía subsidio publicitario que el gobierno implementó; aun así, la apertura democrática informativa, ha tenido sus avances en un país con diversas regiones económicas distintas entre sí.

### ***B) La Jornada***

El parámetro democrático de un país se puede medir a través de los periódicos, en ellos se puede ver el nivel de control que tiene el Estado y grupos económicos poderosos, así como el nivel de publicidad con propaganda oficial que se publica en los diarios de un país; ese sentido México ha pasado por una evolución democrática tensa de su prensa con altibajos recientes, pero no podría ser de otra manera, “el poder político desearía que nadie se enterara lo que ellos hacen y el periodismo se dedica a dar a conocer lo que es de interés público, no todos están de acuerdo en que se sepan las cosas, no todos están de acuerdo a las críticas (...), pero es inherente al trabajo periodístico”.<sup>357</sup> La relación complaciente del poder político con la prensa en México en los últimos 30 años, ha pasado de ser corrupto a corromper a los medios de comunicación impresos, pero no son los únicos que tienen estas características:

A lo mejor existe la percepción de que solo existe el poder político, pero no es el único poder, aquí en México hay historias muy documentadas de cómo un estamento del sector empresarial ha ajusticiado a los medios de comunicación, ocurrió con *El Excelsior* en los años 70, ocurrió con el canal 40 hace pocos años, ha ocurrido con segmentos del clero, que presionan para que no se den a conocer historias sobre los pederastas, o empresarios que boicotean a parcialmente a periódicos que dan a conocer historias que no quieren que salgan a luz, yo creo que sería parcial decir que la tensión esta solo con el poder político, la tensión es contra todo tipo de poderes.<sup>358</sup>

---

<sup>356</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>357</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>358</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

Por otra parte, la irrupción a gran escala de los medio electrónicos, vino perjudicar el gusto por la prensa escrita, que ha sido; “uno de los sectores laboralmente más afectados con el cambio tecnológico, no solo decenas y decenas de compañeros han perdido su empleo, sino que las condiciones laborales se han precarizado por el cambio tecnológico,”<sup>359</sup> lo que degeneró en una mayor subsistencia de la prensa escrita a los recursos estatales; aunque en ocasiones la percepción sea diferente: “la estabilidad de los periodistas no depende de la relación con el poder de los medios, sino más bien, como los medios ejercen su papel como empresarios, lo que hacen es recortes, no suben sueldos, hay periódicos que tienen salarios de siete, nueve mil pesos al mes”<sup>360</sup>. Esta relación de tipo empresarial, ha generado entre las partes, una entramada dependencia de intereses, económicos.

Lamentablemente para los medios impresos ha sido muy difícil sobrevivir, porque la mayor parte de los recursos públicos o gubernamentales o de los partidos políticos se van a los medios de comunicación electrónicos, porque tienen una influencia más efectiva, más rápida, eso por un lado y por otra parte la gente cada vez lee menos.<sup>361</sup>

Los principios de objetividad profesional, dependen también de los géneros periodísticos, los cuales pueden tener varias interpretaciones sobre un mismo hecho, por ejemplo; entre un reportero y un columnista, parte esencial de este estilo de hacer periodismo en gran parte en México, es que no se le paga los salarios dignos para su profesión: “Si tú ganas bien, eres muy objetivo, si ganas mal, en algún momento el poder económico y político te va alcanzar, porque te va pretender sobornar”.<sup>362</sup> Esta realidad del periodista en México, está atrapado entre lo económico y lo político, no se puede desligar una de otra, el poder político se ha encargado de generar una simbiosis, que una sin la otra, no se podría comprender su desarrollo histórico; existe una codependencia, entre el poder político y la prensa mexicana con un marco económico entre ambos, aunque existen ejemplos de independencia muy loables, como ha sido el caso de la revista “*Proceso*”, que ha tenido a lo largo de décadas que luchar por defender su autonomía profesional, incluso hasta la impresión de la revista, actualmente

---

<sup>359</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>360</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>361</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>362</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

*La Jornada* posee un conflicto de intereses profesionales con un funcionario estatal, que pone en evidencia al diario:

Si y precisamente y es por eso que desde mi perspectiva, me atrevo a decir que ha cambiado en su editorial, precisamente desde 2016 a la fecha, en sentido que hay cosas que no se discuten para no afectar la relación que se tiene con un gobernador para no afectar en publicidad, por ejemplo; el gobernador de Oaxaca está pagando publicidad, hay cosas que no se dicen o no se publican, porque hay que cuidar la imagen, de que todo está bien, que no sucede nada. Esta situación empezó desde antes desde el 2015, pero yo creo se ha acentuado más desde 2016 a 2018.<sup>363</sup>

La situación laboral de *La jornada* empezó a generar conflictos al interior de los trabajadores, a partir del 2015, la estabilidad laboral que por décadas había logrado, empezó a tener un déficit, los mejores años de *La Jornada* sería desde 1994 hasta el 2012, que se empezó a sentir una crisis en el diario; esta situación acercó más en este sexenio, al Gobierno Federal a tener más injerencia en publicidad en el diario; perdiendo cierta autonomía en su ejercicio periodístico: “en los últimos años se perdió no solamente la autonomía, se ha vendido mucho más publicidad al gobierno de Enrique Peña Nieto, se ha publicado muchas primeras gobernanzas a nota de ocho columnas al ejercicio político de Peña Nieto, incluso se ha escrito editoriales”.<sup>364</sup> Sin embargo, aun con este apoyo gubernamental, “se han ido algunos, por la crisis financiera que tuvimos el año pasado, pero estamos la mayoría que queremos estar, yo tengo un contrato desde hace más de 20 años en *La Jornada* y he tenido una muy buena estabilidad laboral en el periódico”.<sup>365</sup> No obstante, *La Jornada*, despidió e interpuso demandas penales contra miembros del sindicato que llevó a huelga por la desaparición de ciertas prestaciones del Contrato Colectivo de los Trabajadores de la empresa.

Cuando se hizo la huelga en julio del año pasado y nos eliminaron el contrato colectivo, nos quitaron todas las prestaciones y evidentemente los trabajadores emprendimos una huelga que impulsamos de manera democrática y cuando se vota por la huelga, la empresa como argumento dijo que había un ataque de grupos oscuros contra el periódico y que esos grupos estaban detrás de los trabajadores; lo cual es falso, no había ningún grupo, ni externo,

---

<sup>363</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>364</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>365</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

(...), eran simple y sencillamente los trabajadores que estaban defendiendo sus ingresos, sus prestaciones y un contrato colectivo que les costó más de tres décadas construirlo y sus fuerza de trabajo también fueron despedidas.<sup>366</sup>

Dentro de *La Jornada*, se podría decir que existe una cierta autonomía con el poder político, pero no tanta para no depender de él; la independencia periodística depende de cada persona, “si hay una huelga en una compañía, un periódico le dará más relevancia a la posición de la empresa y otro le dará más relevancia a los trabajadores, un periódico buscara no dar voz a los trabajadores y otro si, un periódico buscara mencionar ese conflicto como parte de un fenómeno más global que afecta a todo un sector, ahí es donde se marca la diferencia, es el hecho de que exista varias opciones periodísticas, el enfoque que cada uno tiene sobre los hechos”.<sup>367</sup> Existen periodistas que estarían en una situación parecida, por intereses políticos personales, como por ejemplo: “el Jefe de Ciudad (José Ramón Amieva Galvez), fue nombrado por la asamblea legislativa, es un cargo político y trabaja en *La Jornada* y además tiene su columna”<sup>368</sup>. Al igual que hay otras opiniones al respecto, “el periodista no debería ser una figura pública, porque él no es el protagonista de los hechos, una buena idea que yo tengo de un periodista, es como la que dicen que debe de ser un buen réferi en una pelea de box”.<sup>369</sup>

La separación entre un columnista y un reportero existe y se diferencia en el tipo de trabajo que realiza cada quien, mientras que el reportero sale a buscar la nota del día, “hacer la “talacha” como decimos, incluso ir a los “pinoles”, es una especie como de Olimpo en la Plutocracia, hay muy pocos comentaristas que sean reporteros como profesión (...), si no, no tenemos que vender en la redacción”.<sup>370</sup> El columnista sale en busca de empresarios o políticos que le brinden información especializada; la “comentocracia” en México, se ha vuelto parte de esas formas de corresponder a favores

---

<sup>366</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>367</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>368</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>369</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>370</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.



políticos, principalmente en los periodistas de columnas políticas de radio y televisión más que en la prensa escrita:

A esa *comentocracia*, así se le dice, no es un término mío, a esa *comentocracia* si les paga muy bien y al periodista de la calle se le paga mal, pero incluso el ejercicio ético del periodista de la calle es más comprometido, no solamente ética, sino con la sociedad, porque el periodista de la calle, vive ahí con la sociedad, somos parte del sector mayoritario y nos duele lo que pasa igual que a la gente, cuando suben la tortilla, a diferencia de otros países que sí salen a protestar, aquí cuando suben las cosas no salen a protestar, pero finalmente nos duele; finalmente si hay una diferenciación bastante marcada entre estos pequeños *comentocratas* y un gran sector del periodismo a diario.<sup>371</sup>

La pluralidad informativa como parte importante en un sistema mediático, no solo significa la cantidad de diarios que existen, sino que haya una pluralidad en la información, como un derecho ciudadano, de tener las diferentes versiones de un mismo hecho, aunque haya opiniones divergentes al respecto: “es absoluta la pluralidad, en la ciudad de México hay 30 periódicos, hay 20 estaciones de radio, hay canales de televisión, hay páginas de internet, hay blogs, es una pluralidad absoluta, en México yo creo que nadie puede decir que no puede externar su opiniones, o que no pueda hacer periodismo.”<sup>372</sup> La libertad de expresión en México está más allá de lo cuantitativo.

#### **6.1.5.- Las Características específicas e institucionales del Estado como regulador, promotor y difusor de la prensa en México**

El papel del Estado en una sociedad, es preponderante para el desarrollo de su sistema de medios de comunicación, pero hay muchos tipos de Estados y formas de intervención que definen sus características, una de las más observables; es el control que un Estado tiene sobre los medios públicos, como la radio y la televisión. Este control había sido hasta hace poco tiempo, la única forma de control sobre los medios hasta la entrada de la iniciativa privada; los cuales generan un alto ingreso en publicidad y de otros servicios por brindar productos a la audiencia, lo cual podría variar en cuanto el apoyo que reciben del Estado y la aportación por publicidad.

---

<sup>371</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>372</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

El Estado siempre ha buscado hacerse de medios de comunicación para sus intereses, no solo de radio o televisión, sino también agencias de noticias o periódicos u otras empresas relacionadas con los medios de comunicación, ya sea de forma directa o por medios estatales; el Estado ha subvencionado a periódicos y revistas, determinando su vida comunicativa, dichas subvenciones pueden ser a través de diferentes vías (reducción de tasas postales, IVA, impuestos, así como diversas leyes que involucran su desarrollo, defensa, regulación y promoción informativa). La importancia de la participación estatal en los medios informativos es vital, es un anunciante más, si, pero con la diferencia en cuanto al porcentaje e implicación de la información difundida; existen sistemas de medios de información liberales, donde la influencia del Estado está limitada y su sistema de comunicación obedece a las fuerzas del mercado, contra otros sistemas donde el Estado tiene el control absoluto de la mayoría de los medios.

Los EUA serían el extremo de un sistema mediático liberal, protegido por su primera enmienda, contra otros tipos de sistemas como los europeos, que poseen ciertas limitaciones al respecto. Estas diferencias en cuanto al control del Estado, determinan el grado de efectividad en cuanto al nivel de regulación que pueda existir, para beneficio del mercado; el Estado además de propietario, financiador y regulador, también se convierte en fuente primaria de información pública; que determina en muchos casos la agenda mediática de un sistema político, lo cual no significa que este por arriba de otras fuentes de información, que se presentan en un sistema liberal de medios de comunicación. Los diarios en México son empresas económicas, más allá de querer darles una imagen de representación social de una sociedad, “no hay un diario prototípico, en México no hay un diario de referencia como lo puede haber sido el “*País*” en España, o el “*Le Monde*” en Francia”<sup>373</sup>. Su negocio es vender información de las expresiones políticas más relevantes, aunque existen casos atípicos que buscan presentar una imagen de responsabilidad social a su empresa informativa, no es la regla. En México hasta hace poco (y esto tiene limitaciones todavía como fue la huelga de *La Jornada*), lo que ocurre en los medios no aparece en los medios, esto es una característica de su desarrollo limitado de ética profesional, en cuanto a dar a conocer los que es relevante y vendible socialmente, por otra parte; los cambios tecnológicos

---

<sup>373</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

han generado que no, nos informemos a través del periódico, sino a través del *twitter* y demás aplicaciones digitales, lo que ha venido a conocerse como la crisis del papel.

Creo que el periodista se ha dejado llevar, por ese periodismo de guerra de guerrilla, de protesta que tenemos y deja de lado lo poco que está haciendo la UNAM sobre los textos, la investigación aeroespacial, son puras críticas y críticas; el México que se refleja en los periódicos no es el México que vivimos los mexicanos, ahora estamos en un café y todo está tranquilo no como en Siria, no todos formamos parte de un cartel.<sup>374</sup>

En el caso mexicano, esta característica comercial, ha tenido una relación muy estrecha con el Estado, a diferencia de la prensa en los EUA, que no depende necesariamente de la publicidad oficial, “hay publicistas muy inteligentes, la publicidad es lo que da de comer, es lo que mantiene al medio, no tiene porque no ser un plubi-reportaje, en Europa lo hacen, que si yo voy a hablar de coches, puedo hacer contenidos editoriales de alto valor periodístico”.<sup>375</sup> En los Estados Unidos a la prensa, la primera enmienda los protege en su principal función; “allá son empresas donde compiten con el mercado de la información el mercado de la ideas y aquí son empresas que compiten por tener una mayor ventaja económica por parte de las fuerzas informativas”.<sup>376</sup>

Creo que se ha concentrado en temas muy vendidos, la violencia, los partidos políticos, no hemos visto surgir un nuevo medio, como *El Financiero*, *El Economista* que esté interesado en la cultura en temas deportivos, estamos metidos en los mismos temas todo el tiempo desde hace muchos años, y porque son funcionales, si esta un partido oposición, hay que “pegarle” todo el día para que no le vaya también se vaya y si está el partido que regresa al gobierno, hay un alto control de la información.<sup>377</sup>

En México la prensa no ha sido el ideal de contrapeso político contra el Estado, sino más bien parte de él, su función de informar de manera veraz, sea contrapuesto a intereses económicos y políticos de los grupos empresariales y partidos políticos que los protegen. La prensa en México a diferencia de otros medios, no presenta una concentración de empoderamiento mediático, ni “*Reforma*”, ni los “*Soles*”, presentan un conglomerado que pudiera tener estas características; “el mismo Grupo Reforma no se

---

<sup>374</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>375</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>376</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>377</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

compara con los grandes consorcios, es muy difícil poner un medio, un periódico, está muy difícil la inversión publicitaria, la televisión sigue pensando mucho, porque hay muchos intereses económicos alrededor de ella”,<sup>378</sup> Es decir, no hay una sola cadena de diarios a nivel nacional que tenga una influencia total.

En México la relación con el Estado, aun cuando hubo una alternancia política en el 2000, no tuvo grandes cambios en su trato sobre las prácticas informativas. La prensa en México, sin posicionamientos ideológicos, ni económicas, se subordinó a los intereses del gobierno y si la hubo, esta era inducida o tolerada por el mismo gobierno. Un ejemplo claro fue el apoyo que se le dio al TLC y a la apertura económica, sin embargo, “la apertura del mercado global, no llegó al periodismo mexicano (salvo por la liberación del papel, e implementos fotográficos y la liberalización paulatina de la publicidad estatal), en parte por el ya multi-mencionado patrocinio estatal a los medios”<sup>379</sup>, aun cuando los medios dieron su aval informativo al Estado para su implementación, sin culpabilizar a la aprensa por su falta de escrutinio, no se podía hacer nada; el periodismo en México no estaban interesados, no aspiraban a incursionar en ese mercado, pudieron haber hecho alianzas los medios impresos mexicanos con otros, pero no lo hicieron; estaban al margen de esa expresión de la globalización.

En términos generales, la economía de mercado, que supone que haya varias opciones, que compiten entre sí y que de la competencia resulten mejores beneficios o la consolidación de empresas más poderosas, como es el caso; no se ha traducido del todo en la creación de un mercado de la prensa en México, porque siguió existiendo el gran factor de consolidación de ese posible mercado que es el Estado, además porque hay muchos productos a la venta (periódicos y revistas), sin una demanda suficiente que son los electores de la prensa escrita. Actualmente hay un periodismo de conveniencia “que tienen una responsabilidad principalmente en temas legislativos, económicos, etc; hemos visto cambiar de idea al Senado o al Congreso de la Unión por la fuerza de los medios y la opinión pública, eso está dirigido por estrategias que conoce la manera de influir en la opinión pública”.<sup>380</sup>

---

<sup>378</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

<sup>379</sup> Entrevista a Trejo Delabre: 15/02/2018.

<sup>380</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

México ha cambiado mucho en mucho sentidos, hemos cambiado el esquema para la política, hemos cambiado el esquema de los sindicatos en parte, hemos cambiado las reglas para la economía por puesto, no hemos construido claramente un nuevo sistema para los medios de comunicación y hoy perviven como decía Gramsci, lo viejo no acabe de desaparecer y ya hay muchas cosas nuevas. Así definía Gramsci las crisis y así lleva ya varias décadas.<sup>381</sup>

La prensa dependía económicamente totalmente del Estado y se veía en sus páginas, “salvo en los espacios editoriales que finalmente justifican que no sea todo a favor de lo que señala el gobierno”.<sup>382</sup> En México la falta de una ley de transparencia en cuanto a publicidad, ha afectado mucho el ejercicio periodístico, su creación, “va permitir que efectivamente los medios de comunicación puedan tener mayor libertad en la mayor posibilidad de lo posible y la reciban por mandato de ley, lo cual va a permitir tener una dependencia económica que necesitan para tener una independencia política”<sup>383</sup>.

El periodismo no está perdiendo audiencia, está perdiendo periódico impreso, el periodismo no ha perdido audiencia, al contrario la ha ganado, leen más noticias que antes, hoy todos los niños de 22 para arriba ven noticias o menos de deportes de sociales; el periodismo va hacia una transformación digital y lo tiene que entender, si el periodismo no abandera causas positivas, vamos acabar solo vendiendo deportes y sociales, es interesante lo que no hay afuera de información, estamos viendo solo periodistas que los matan los narcos. No hay noticias más que las mismas, no hay diversidad de temas.<sup>384</sup>

Solo a través de la exigencia de la sociedad, se podrá tener un sistema de medios democráticos, sin la intervención de la sociedad la prensa seguirá sumida bajo controles de grupos de intereses particulares. “Estamos frente a un fenómeno nuevo, que es la construcción de núcleos de periodistas que hacen investigación y que no dependen de ningún medio de comunicación, los periodistas patrocinados por “mexicanos contra la corrupción”; que es un poco el modelo que hay en los Estados Unidos, una fundación que tiene recursos privados y que hace reportajes que luego parecen en distintos

---

<sup>381</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>382</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>383</sup> Entrevista a Villanueva V. 27/02/2018.

<sup>384</sup> Entrevista a Chávez de Icaza. 11/02/2018.

medios”.<sup>385</sup> Es una nueva forma de hacer periodismo, presentando información específica y de interés social, que también será motivo de análisis en su tratamiento profesional.

### **A) *Reforma***

Tradicionalmente como parte de los medios de comunicación, se considera a la prensa como una representación de la sociedad, sin embargo, esta característica no necesariamente se da al cien por ciento en México, “no en el sentido que los lectores sean los que den la información, sino el respeto a sus lectores, creo que la prensa con mayor frecuencia atiende a otros intereses más que a su lector”.<sup>386</sup> La institucionalidad de la prensa se basa en ordenamientos internos (códigos de ética), así como en una legitimidad externa (como pueden ser la percepción de objetividad, el profesionalismo y la ideología del diario). Aunque en algunos casos esto no sea una constante general, existen percepciones sobre ello: “No, la gente no se ve (...), ahora que lo dices, en algunos casos como *La Jornada*, creo que si lo consume la gente que se identifica con su línea editorial, gente que se declara de pseudo-izquierda; los demás periódicos no veo tengan esa claridad ideológica”.<sup>387</sup> En México, *Reforma* no posee en términos generales o ideales una identificación moral con la sociedad, pero si tiene mayor credibilidad que la televisión, la radio y el internet.

Lo que pasa que cuando los teóricos de esto, quieren que sea un periódico que tenga una responsabilidad social, es que lo quieren convertir en hoja parroquial, eso no va a funcionar, no lo van tener nadie; la mezcla tiene que ser información dura y que te ayude a tomar decisiones y que te mejore el nivel de vida, es por eso tan democrático un proceso periodístico, porque la democracia a final de cuentas es la toma de decisiones por la mayoría para administrar el bien común. El periódico es la información general, para que tú puedas vivir, convivir y tomar decisiones en tú vida diaria, para tener una sociedad abierta y disciplinada, con buena toma de decisiones.<sup>388</sup>

No obstante, *Reforma* posee características institucionales de los modelos liberales estadounidenses desde su origen e historia, “somos un periódico que vive más

---

<sup>385</sup> Entrevista a Trejo Delabre. 15/02/2018.

<sup>386</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>387</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>388</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

de la publicidad que de la circulación; en Europa no viven tanto de la publicidad sino de la circulación, somos más americanizados hasta en el formato, pero así hemos vivido siempre.” Aunque la uniformidad con otros modelos de prensa, se puede percibir en la información digital que incide mucho en la manera en que hoy manejan la información.<sup>389</sup> No obstante hay diarios que presentan un *modus vivendi* apegado al Estado, “si vives de la publicidad oficial, en su mayor parte el periodismo es malo, es menor el servicio a la comunidad, al lector; si el periodismo es independiente es mayor (...), creo que es más lineal.”<sup>390</sup> La prensa en México no se percibe como una institución social, es decir, en el caso de *Reforma* no se comprende como una institución que vela por la sociedad más allá de ofrecer un servicio como la información:

Yo no veo como un velador de las instituciones, no lo veo como un vigilante, lo veo como alguien que comparte con la sociedad, dice cosas y la sociedad decide que hace (...), si fuera ese nuestro papel de guardianes, pues que fracaso, no aspiramos a andar metiendo a la cárcel a la gente, lo que aspiramos es a decirle a la sociedad lo que está pasando”.<sup>391</sup>

La institucionalidad concebida como parte de un todo, es decir; como una forma de representar valores y estilos de conducta profesional, podría ser parte de lo que se considera una institución, en este caso periodística, no obstante, la no identificación podría ser motivo de la no aceptación de responsabilidad más allá de sus propios límites como empresa comunicativa, que podemos observarlo en el comentario siguiente: “No veo como podría tener una responsabilidad, si las políticas neoliberales son implementadas por las directrices del gobierno y son adoptadas por la Iniciativa Privada que son los beneficiados de ellas que consumen productos.”<sup>392</sup> Parte importante del desarrollo de Estado mexicano, fue la de crear instituciones que formaran parte de su sistema político, su logro se limitó al volverse parte corporativa de intereses políticos, más que de intereses sociales; los medios de comunicación que estaban bajo la tutela oficial del Estado, carecieron de una autonomía institucional, así mismo, la prensa como

---

<sup>389</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>390</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>391</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>392</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

una representación institucional de la sociedad en México, carecería de los elementos originales para que tuviera su propia institucionalidad.

La no aportación del Estado en publicidad oficial, limitaría el número de diarios que actualmente existen en México, por una parte eso determinaría la sobrevivencia de los más independientes contra los menos diarios independientes, que daría una percepción de que hay grandes núcleos de empresas periodísticas, como *Reforma*, *el Universal* o *Milenio*; lo que realmente determinaría la selección natural del mercado. “el Estado no debería de influir en los medios (...), por favores económicos, yo creo que los Estados deberían dejar libres a los medios, que sobrevivan como tengan que sobrevivir y no estar inyectado dinero al mercado de una manera falsa.”<sup>393</sup> Parte de la crisis que se vive actualmente el periodismo y tras el Tratado de Libre Comercio, se presentaron algunas contradicciones; “el TLC permitió el desarrollo tecnológico (...) en México, lo hemos visto en los últimos 20 años que no lo habíamos tenido hace unos 40, pero no recuerdo un capítulo específico que tenga que ver con el periodismo.”<sup>394</sup> La apertura comercial no trajo beneficios institucionales y más allá de los ataques de líderes políticos, del crimen organizado y de grupos poderosos; se presentó la convergencia hacia el mundo digital, el periodismo tradicional sufrirá más los embates sino actualiza su “chip”, en cuanto al manejo y tratamiento de la información.

La prensa que antaño era la fuente de consulta primaria, hoy se enfrenta a un nuevo sistema de brindar información personalizada, desde los cantantes hasta las propias instituciones sociales que ofrecen sus servicios públicos o privados. “Está amenazada la función del periodista en sentido tradicional, (...) se tiene las mejores herramientas para ser el gran informador, el mejor investigador, el gran recopilador de datos, para jerarquizarlos, tenemos las herramientas a la mano (...), una tensión permanente en la que se encuentra el periodismo, -para mi es fascinante vivir este momento.-”<sup>395</sup> La fragmentación de los servicios en comunicación, que trajo consigo la liberalización del comercio, ha modificado los grandes grupos mediáticos en alianzas con otros grupos que manejan otros servicios como el internet, la telefonía móvil, etc;

---

<sup>393</sup> Entrevista a Ríos Cavazos. 20/02/2018.

<sup>394</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>395</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.



“el periódico se ha convertido para muchos empresarios en un arma para conseguir los fines que buscan con otras empresas, que es lo que les deja mucho dinero”<sup>396</sup>.

Lo que ha servido para poder abastecer al nuevo público, que a través de las redes digitales consume información, el empoderamiento mediático de los grandes grupos de comunicación, como la televisión y la radio, han transformado sus estructuras tradicionales, para ofrecer al instante información a través de los teléfonos móviles: series de televisión, música, entretenimiento, etc. “Esta liberalización de la comunicación (...), ha cambiado la cultura de la audiencia de la información y por lo tanto le ha movido el piso, completamente a todas esas estructuras; estamos en una redefinición muy importante del poder de los medios en México, lo que impactado en el poder político del país.”<sup>397</sup>

*Reforma* tras su aparición ha sido un diario incomodo con el Gobierno en turno, el Gobierno mexicano, “tiene algunos medios consentidos, tiene algunos medios prácticamente comprados, ha hostigados a otros medios, *Reforma* siempre ha sido un medio incomodo, lo puedes ver a partir de la venta de publicidad gubernamental, es prácticamente cero.”<sup>398</sup> Lo cual le ha valido para poder exigir a lo largo de sus 25 años, iniciativas para la apertura en la información, siempre fue un motivo de enfrentamiento con el Estado Mexicano, lo que pudo ser un cambio en conjunto hacia la transparencia y la rendición de cuentas, se convirtió en ataque al ejercicio periodístico. Su postura crítica hacia los modelos económicos implantados en los 90, así como el tema del FOBAPROA,<sup>399</sup> justifica su no apoyo a las políticas económicas implantadas por el Estado y su no corresponsabilidad, al brindar la información al público, sobre el fraude y los privilegios de empresarios favorecidos.

La garantía de libertad de expresión en México, no la establece el Estado al cien por ciento, aun cuando lo instituye la Constitución, todavía hay lugares donde el

---

<sup>396</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>397</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>398</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>399</sup> El Fondo Bancario de Protección al Ahorro fue un fondo de contingencia creado en 1990 por el gobierno mexicano en conjunto con la totalidad de los partidos políticos dominantes en aquel entonces, a fin de enfrentar posibles problemas financieros extraordinarios.

ejercicio periodístico, es motivo de represalias por grupos de la delincuencia organizada, así como de funcionarios públicos o los poderes fácticos; “el caso de Tamaulipas, donde hay situaciones donde hay situaciones de violencia, asesinatos etc. Y los periódicos no pueden informar porque pueden ser sujetos también de violencia de represalias”.<sup>400</sup> El Estado no solamente debe de garantizar la libertad de expresión, sino la seguridad de la gente, “el problema no es que funcione el sistema de protección a periodistas, es que no deberíamos de necesitar un sistema de protección para periodistas,”<sup>401</sup> para que la sociedad pueda ejercer su libre derecho de estar informados por los medios que ella desee; “Es muy distinto lo que vivimos ahora a lo que se vivía en los años 70, donde si había un ataques directos contra la aprensa, se mataban periodistas, hoy son otros problemas lo que se cuentan, más por el crimen organizado o por obra y gracia de las autoridades, puede haber casos pero son menos...”<sup>402</sup>

### ***B) La Jornada***

La identificación social y política con un periódico tiene ambas connotaciones, “es como un sistema circulatorio,”<sup>403</sup> por una parte, es el mismo diario que busca identificarse con un sector de la sociedad y por otra; la misma sociedad se identifica con el diario, “un buen periodismo, una buena prensa, forma parte de la salud democrática de un país, una mala prensa no hace bien al país.”<sup>404</sup> Es como un sistema que se retroalimenta, “México tiene este tipo de medios que se merece, podemos ser mejores, siempre, pero los periódicos no se leen, si la gente no los lee.”<sup>405</sup> En ese sentido, *La Jornada* transcurre entre el devenir de ser una institución informativa y al mismo tiempo ser una empresa que busca dividendos por sus servicios: “el periodista debe de estar tiempo completo y no porque trabaja como periodista se contraponen su función empresarial; a lo que me refiero es que sigue sus principios, igual que todas las

---

<sup>400</sup> Entrevista a Zamarripa de la Peña. 21/02/2018.

<sup>401</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>402</sup> Entrevista a de la Vega Peralta. 22/02/2018.

<sup>403</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>404</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>405</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

empresas que desarrollan su capital.”<sup>406</sup> *La Jornada* es un espacio donde la sociedad se ve a sí misma, en un continuo dialogo de sus problemas cotidianos y problemas que enfrentan en el día a día, “es su labor y es mi obligación social informar con veracidad, pero también tengo derecho como empresa a ser una empresa que gane y con eso poder pagar a mis empleados.”<sup>407</sup>

El periodismo capitalista de características estadounidenses, ha permeado inconscientemente a *La Jornada*, que sin darse cuenta vive un conflicto con el sistema económico e informativo actual: “nosotros hemos hecho un periodismo para la sociedad más que de tipo empresarial, tiene que ver cómo está la estructura interna de cada empresa, hay periódicos que son más una empresa que un periódico, nosotros no hemos visto al revés.”<sup>408</sup> Aun cuando *La Jornada* y el periodismo mexicano no se identifica con este modelo, presenta características que no han cambiado totalmente, al grado de transformar o modificar sus estructuras corporativas, ligadas al Estado y al sistema político durante toda su trayectoria; todo el periodismo tiene intereses sin duda, pueden ser ideológicos, políticos o empresariales, pero todos tienen de alguna u otra índole. *La Jornada* vende información, eso un hecho, su periodismo que fluctúa entre la oferta y la demanda, posee varios elementos que la configuran como una empresa diferente. ¿Qué sería de un diario sin lectores? En ese sentido, el periodismo no podría ser una institución sin intereses particulares, es decir; tiene que brindar su producto al mercado y buscar su demanda y establecer su nicho entre los posibles consumidores, “ningún periódico quiere perder un lector, porque probablemente nunca lo recupere.”<sup>409</sup> Los diarios se les representa como el medio de comunicación más objetivo ante los demás medios, sin embargo; existe la idea que el periodismo no busca ser otra cosa que un medio más: “el periodismo refleja lo que ocurre, no tiene más función que esa y eso no es poco.”<sup>410</sup> Es decir, no se percibe al periodismo como un “bastión” de la ética mediática:

---

<sup>406</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

<sup>407</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>408</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>409</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>410</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

Si podríamos convertirnos, no en un intelecto, sino como una idea, que permea a la sociedad, que lo que haga el periodismo con su trabajo, va a garantizar que lo diga es la verdad que salga reflejado en los medios, eso sí significaría que seamos vigilantes de los medios, porque estaríamos predicando lo que a la sociedad le interesa que se publique.<sup>411</sup>

La crisis del periodismo a nivel mundial ha impactado en las relaciones que la prensa tenía con el Estado y otros organismos públicos. Una consecuencia en México es la venta del papel periódico, que el Estado tenía antes como forma de control hacia aquellos medios que no estuviera en la órbita de sus intereses. La apertura comercial modificó sustancialmente esta relación técnica que tenía la prensa con el Estado, parte de esa apertura, perturbó también a *La Jornada*: “si hay una crisis tecnológica muy grande, que afecta salvo ciertas empresas muy grandes que puedan cambiar en rotativas nuevas, sus procesos internos, la mayoría no las tenemos, no solo para la impresión de papel si no para el uso del internet.”<sup>412</sup> La entrada de nuevas tecnología como el internet se volvió inherente a la sociedad, para acceder a la información de una forma rápida y gratuita: “es un proceso que avanza a una velocidad tal y eso representa, incluso un riesgo social, porque ahora; los grandes son los generadores de opinión son los “agregadores”, ahora el mayor distribuidor de noticias en el mundo es *facebook* y *facebook* no genera una sola noticia.”<sup>413</sup> Además del incremento del costo del papel y a una competencia sostenida por gobierno, que vino a ocasionar que muchos diarios entraran en conflictos económicos y laborales,

Si estamos en crisis, pero tenemos que adaptarnos como medios escritos al uso de la tecnologías, pero más que adaptarnos, tenemos que acercar, modificar; al interés de los medios, nosotros no tenemos que estar al servicio de los “likes” y esas cosas que vienen en las redes sociales, nosotros tenemos que estar al servicio de lo más importante que es la sociedad.<sup>414</sup>

Para que exista una relación con la prensa bajo los principios de igualdad y objetividad democrática, el Estado y las empresas mediáticas, tendrán que ordenar de forma legal, la publicidad que ofertan, aunque existe una percepción que esta circunstancia no estipula la profesionalidad de un diario como *La jornada*, ella:

---

<sup>411</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>412</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>413</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>414</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

“Determina más bien una parte de su viabilidad y estabilidad, porque la profesionalidad yo creo, es la que busca todos los días buscando la mejor información”.<sup>415</sup> En México es necesaria una regulación sobre el gasto que el Estado tiene con los medios de comunicación en cuanto al gasto público se refiere, para que no exista una discrecionalidad y se ejerza legalmente: “hacer periodismo es muy caro y hacer buen periodismo es todavía más caro, entonces; en la medida que las empresas periodísticas dispongan de recursos, van a tener una capacidad de hacer más y mejor periodismo”.<sup>416</sup>

Lo podemos decir así de forma que veamos las cosas, pero también está en cada elector, en cada partido, en cada persona, en saber diferenciar en lo que se les ofrece, es tal la influencia y el acaparamiento si duda, pero en cuanto al disenso de la información cada quien debería tener la capacidad de leer, los que son lectores de periódicos tienen la capacidad de entender las cosas más allá de los que leen deportes o asesinatos, son tipos de elector distinto, pero si es un sector bien identificado<sup>417</sup>.

Así como establecer límites ante las empresas editoriales, que diversifican sus actividades económicas en otros rubros distintos a su actividad de origen, así como de igual forma limitar que empresas distintas al ramo puedan absorber medios escritos, que podría ocasionar un conflicto de intereses profesionales: “Los medios tienen que estar regulados forzosamente por el Estado, pero el Estado se ha hecho omiso, porque es conviviente con las empresas tanto editoras como de comunicación de todos los ámbitos”.<sup>418</sup> Para ello hay que exigir que el Estado garantice la ley. La historia de los medios en México, ha sido de acompañamiento y voceros de comparsa con las instituciones, la ilusión de entrar al primer mundo con el TLC, fue promovida desde el gobierno de Salinas de Gortari, con la complacencia de los medios de comunicación, que a ciencia cierta pocos se opusieron: “El TLC fue muy perjudicial para el país, porque rompió las cadenas participativas, porque deterioro de una manera rapaz a las pequeñas empresas, que son las que le dan sustento a este país”.<sup>419</sup> La postura de la prensa, más allá de ser vocera de las políticas públicas del Estado, no influyó en el nuevo modelo económico, sino que fue veleta de las circunstancias históricas. Hoy tres

---

<sup>415</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>416</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>417</sup> Entrevista a Méndez Meza. 26/02/2018.

<sup>418</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>419</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

décadas después, se percibe una relación más de respeto ante las instituciones estatales que antaño, aunque siguen existiendo costumbres informativas como el periodismo de fuentes institucionales, así como tensiones entre comunicadores el poder político y el crimen organizado (Miroslava Breach en Chihuahua y Javier Valdez en Sinaloa fueron asesinados en sus labores periodísticas en 2017).

Sin embargo, diarios como *La Jornada* y *Proceso*, mostraron en sus líneas editoriales lo que acontecía en el país, con cierto grado de incapacidad ante los hechos, “el periódico, mostro un posición crítica al TLC y la crítica se centró en varios aspectos, pero básicamente que era un tratado que imponía condiciones iguales a desiguales”.<sup>420</sup> Sin embargo, persiste una idea en la prensa que el cambio económico o neoliberal, aun cuando vino a perjudicar la economía del país, de pequeñas y medianas empresas; fue necesario al recibir apoyos ciertos grupos empresariales que optaron por el tratado para poder vivir como cualquier otra empresa capitalista, en ese sentido *La Jornada* en contraste se percibe como una empresa editorial que: “ofrece buenas prestaciones a sus trabajadores, es una empresa que no reparte dividendos a sus accionistas, en ese sentido; es todo lo contrario a lo que entendemos como una empresa neoliberal”.<sup>421</sup>

*La Jornada* se presenta como un diario diferente ante los grandes consorcios informativos, “lo que se ha pretendido hacer durante 32 años en *La Jornada*, es mantener a su planta laboral de las mejores condiciones económicas, que no se puede, porque no nos pagan mal, porque no se puede pagar a la mayor cantidad de compañeros, ese es otro problema”.<sup>422</sup> Tal situación económica tendría sus repercusiones, finalmente al entrar en conflicto con el Sindicato de Trabajadores del diario, por afectar a su contrato colectivo de trabajo: “durante muchos años fue un periodismo muy progresista, pero ese periodismo ya se agotó, ya llegó a una etapa perfectamente donde sus fines son ahora capitalistas, lo progresista ya no es tan progresista”.<sup>423</sup> *La Jornada* enfrenta un problema de liquides, ya que la mayor parte de su nómina se iba a pagos de las más de 25 a 30, prestaciones que tenían, lo que implicaba modificar el contrato laboral o cerrar el

---

<sup>420</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>421</sup> Entrevista a González Amador. 10/02/2018.

<sup>422</sup> Entrevista a Garduño Espinoza. 19/02/2018.

<sup>423</sup> Entrevista a Velazco Contreras. 10/02/2018.

periódico; *La Jornada* actualmente se encuentra en demandas penales contra los huelguistas, mientras que empresas de “outsourcing” empiezan a subcontratar empleados para el diario.

## **6.2.- Análisis crítico del desarrollo de la prensa: *La Jornada* y *Reforma*.**

México como todas las demás naciones occidentales atraviesan por un periodo de cambios a nivel mundial, su características particulares en términos mediáticos, la hace una nación con un valor informativo atractivo y de análisis separado de los demás países latinos o asiáticos, donde el neoliberalismo, la globalización y el dominio cultural de los Estados Unidos, es incuestionable. Entre los cambios sociales que han acontecido en las últimas décadas en el país, emergen grupos como, ecologistas, feministas y neo conservaduristas, se presenta también un nuevo paradigma periodístico, dentro de una intrincada relación institucional que han tenido durante todo el siglo XX y lo que lleva del actual siglo XXI, por lo que resulta imprescindible el análisis desde el negocio como empresa de los medios impresos Eco (2015), y la visión científica de la Economía Política, con sus implicaciones valorativas; repensar la economía política sobre los cambios sociales, enfatizando las estructuras sociales y las institucionales.

Todos los análisis que se hacen sobre los medios de comunicación desde la teoría de la Economía Política en Europa, EUA y los países en vías de desarrollo, excluyen a México o lo dejan sin un análisis profundo de sus estructuras mediáticas y solo lo hacen de forma muy general y superficial, aunado que en términos particulares le prestan menos atención a los medios impresos, concentrándose en la televisión o la telefonía celular. Siguiendo la definición de Vincen Mosco sobre Economía Política: como el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los recursos de comunicación (Mosco, 2006, p. 59).<sup>424</sup>

Podemos entender siguiendo esta definición que tanto *Reforma* como *La Jornada* participan en un proceso económico de producción material, que de acuerdo a una definición más amplia de la Economía Política, se basan en un control y supervivencia de sus estructuras internas, de reacomodos sociales y políticos; así como

---

<sup>424</sup> CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2006, vol. 11-. 57-79)

el intercambio de información, que les genera su estabilidad, continuidad y reproducción material. De acuerdo a la visión economicista de Adam Smith, David Ricardo y Stuart Mills, la Economía Política, describe la evolución histórica social de las sociedades manufactureras; mientras que para Marx era más importante conocer las fuerzas internas y su relación con otras formas de organización, económica, política y social, para observar su proceso de transformación social. Para conocer el desarrollo mediático de un sistema político se tiene que conocer dos cosas:

Las estructuras mediáticas y las políticas de comunicación, pues estas son siempre las barreras con las que se topa cualquier iniciativa de comunicación alternativa, uno se encuentra con una telaraña de intereses tejida que no deja pasar más allá y a eso se suma una política gubernamental que no permiten que actuemos. (Arce, 2011, p. 287).

De acuerdo a estas dos perspectivas, la Economía Política describe como *Reforma* y *La Jornada* confluyen en un contorno de intereses que crean las condiciones para su desarrollo económico, político y social; describiendo el todo desde sus latitudes: poder, riqueza e información. También podemos entender su evolución mediática y su ética profesional, al ser parte de los postulados capitalistas sobre el materialismo y el individualismo; todo ello, dentro de una visión actual de la academia, donde la economía política une la ciencia con el dominio económico de los medios. En ese sentido, podemos contestar la pregunta principal de la investigación sobre *Reforma* y *La Jornada* desde tres aspectos de la Economía Política, durante el periodo de estudio comprendido: Mercantilización, Especialización y Estructuración.<sup>425</sup>

#### **A) La Mercantilización de *Reforma* y *La Jornada***

La información que venden ambos diarios es de uso común para el lector, la información del día a día, ella consigue generar o satisfacer las necesidades que la sociedad necesita, tanto en lo subjetivo, la seguridad personal, la estabilidad económica, como en lo objetivo, su información ofrece un aserie de elementos que posibilitan la toma de decisiones en el día a día; la información se vuelve parte de sus formas de vida, en lo político, al conocer los diferentes actores y puntos de vista de cada

---

<sup>425</sup> 1-Proceso de transformar cosas valoradas por su uso en productos comercializables que son valorados por lo que de ellos se puede obtener en un intercambio. 2- Es el proceso de trascender los límites del espacio geográfico a través de, principalmente, los medios masivos y las tecnologías de la comunicación. 3- Es el proceso de crear relaciones sociales, principalmente aquellas organizadas alrededor de la clase social, el género y la raza. Respectivamente. <https://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>. 01/09/2018.



partido. Los lectores buscan en sus páginas, encontrarse a sí mismos, las secciones de los diarios describen los sentires, los humores de una población, cultura, deportes, sociales, se vuelven el escaparate de sectores sociales específicos, su vida reflejada en sus páginas; así como sus problemas en las secciones local o nacional.

*Reforma* vende información a los sectores empresariales y clases medias, su información se basa en ofrecer datos que puedan ser útiles en su vida diaria, al mismo tiempo que los comerciantes publicitan su producto a un mercado, conscientes de su calidad o veracidad, siendo la principal imagen que posee el diario; desde su origen en el 1993, la estructura física y política de la empresa ha sido la de separar lo comercial con lo editorial, esto ha venido a ser parte esencial de su objetividad al momento de publicitar un producto y al mismo tiempo ofrecer una opinión clara con respecto a su utilidad al ciudadano/lector. *Reforma* posee la capacidad para poder ofrecer sus servicios tanto al sector empresarial como al político, sin limitaciones o censuras, su capacidad como empresa informativa, la ha llevado a tener una imagen de apertura sin distinguos políticos o económicos.

Por otra parte, *La Jornada* ha sido un diario que ha buscado identificarse con los grupos sociales marginados o de poca atención en otros medios de comunicación (televisión, radio), desde su origen en 1984, su lema de dar “voz a los sin voz”, se volvió parte de su estilo de hacer periodismo, ofreciendo información con sentido social, más humano y cercano a los sectores, académicos, estudiantiles, obreros y movimientos sociales de nuevo cuño en México, libertad, igualdad, fraternidad parecería que son los valores que proyectan en sus páginas; amplios sectores, especialmente de las clases medias bajas se vuelven parte y se identifican con el diario, el temblor del 85, las elecciones presidenciales del 88, el movimiento zapatista del 94, la alternancia política en el 2000, hasta finales del 2012, donde sus lectores perciben un cambio en su editorial y la información que les brindaba el periódico como parte de su agenda diaria. *La Jornada* ha tenido una crisis laboral, en los últimos años, situación que el diario ha presentado como argumento ante las críticas internas por problemas de tipo económico, aunado a un cambio editorial con respecto al tratamiento informativo hacia el poder político, especialmente hacia el Estado y gobiernos locales, en la última década; provocado por una disminución en su autonomía profesional, al presentar con más promoción publicidad oficial en sus páginas, durante los dos últimos sexenios.

## **B) La Especialización de *Reforma* y *La Jornada***

Ambos diarios son de circulación nacional, ya que se pueden conseguir en toda la República Mexicana, sin embargo, el número de ejemplares que se distribuyen fuera de la zona metropolitana, es ridículo e irrisorio, ya que solo se distribuyen en las capitales de los estados y las ciudades más importantes en algunos casos. Ninguno de los dos diarios tiene una distribución proporcional al número de electores en la República Mexicana, ni tampoco una distribución oficial en las bibliotecas o archivos municipales de cada entidad, por lo que su acceso es limitado y adquirido en ocasiones por lectores que lo compran previo trato con el expendedor de revistas de su ciudad natal. Según datos del INE,<sup>426</sup> el diario *Reforma* tiene una distribución actual de 142, mil ejemplares diarios, los cuales se distribuyen en la ciudad de México, entre domicilios de subscriptores, tiendas departamentales y para lectores de la calle en puestos fijos. Mientras que *La Jornada* es cerca de 110, mil ejemplares pagados.<sup>427</sup> En ese sentido, los diarios que más se leían en México según una encuesta presentada en el 2016, eran:

---

<sup>426</sup> Fuente: INE (2017). [https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEex201706-13ac\\_01P03-01x01.pdf](https://portalanterior.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEex201706-13ac_01P03-01x01.pdf). Inf loc : 08/09/2018.

<sup>427</sup> Ambos diarios poseen plataformas virtuales en internet, donde presentan sus productos, e información en hipertextos, *La Jornada* en línea aparece en febrero de 1995 y para el 2010 ya se puede acceder a través de una aplicación para iPhone, el iPod touch y la Blackberry; por su parte *Reforma* aparece en línea también en 1995 dos meses después. Esta ha sido una alternativa para encontrar nuevas formas de generar ingresos y captar anunciantes, entre ellas destacan las que aplican en sus versiones digitales, esto les ha permitido mantenerse como medios de referencia a nivel mundial, tal es el caso del *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Times*, y *The Economist*, por citar solo algunos.

## PERIÓDICOS ¿CUÁL ES EL MÁS LEÍDO ENTRE LOS MEXICANOS?

Pese a que El Gráfico y El Metro son de los que cuentan con más puntos de venta, son los menos referidos por los lectores.

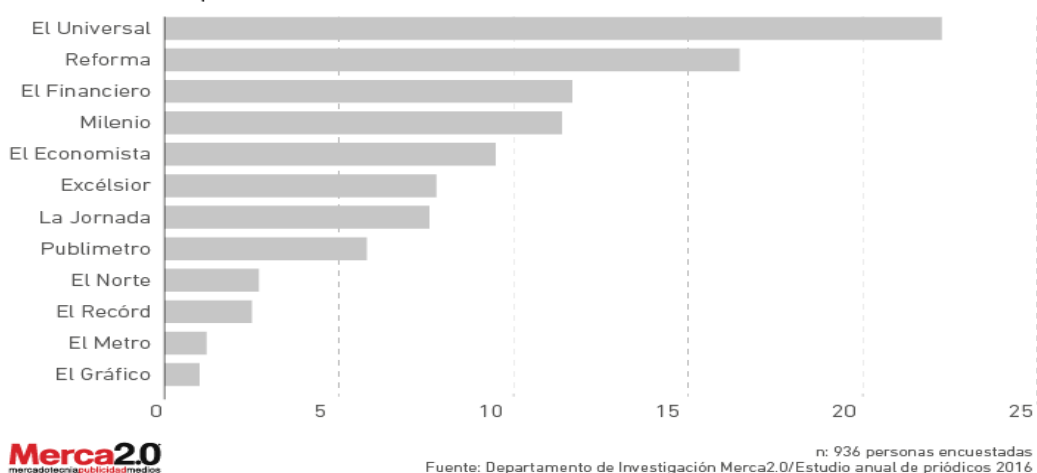


Figura 3. Fuente: <https://www.merca20.com/periodicos-leido-los-mexicanos/> Inf loc: 22/04/2017.

Los resultados son interesantes, sobre todo si consideramos que los tres medios más leídos cuentan con versiones digitales con una cantidad importante de contenidos interactivos y dinámicos. Este tipo de plataformas forman parte de importante de su posicionamiento para ganar lectores (o usuarios). El cuadro siguiente muestra en general los diarios más leídos, sin embargo; el INE en el 2017, presenta datos que no necesariamente concuerdan con esta información, ya que el tiraje de algunos diarios es menor y por ende debería existir una correspondencia, por lo que los datos no reflejan una relación directa.

Periódico	No del Medio	Entidad	Tipo	Tiraje	Tamaño	Periodicidad	Perfil del Lector
<i>El Universal</i>	CDMX 10	Ciudad de México	Nacional	120,000	Estándar	Diario	ABC+CDE
<i>Reforma</i>	CDMX 25	Ciudad de México	Nacional	142,086	Estándar	Diario	ABC+
<i>El Financiero</i>	CDMX 06	Ciudad de México	Nacional	91,923	Tabloide	Lunes a viernes	ABC
<i>Milenio</i>	CDMX	Ciudad	Nacional	104,244	Tabloide	Diario	ABC+CD+DE

<i>Diario</i>	20	de	México					
<i>El Economista</i>	CDMX 05	Ciudad de México	Nacional	37,163	Tabloide	Lunes a Viernes	ABC+	
<i>Excélsior</i>	CDMX 14	Ciudad de México	Nacional	90,000	Estándar	Diario	ABC+C	
<i>La Jornada</i>	CDMX 16	Ciudad de México	Nacional	110,236	Tabloide	Diario	ABCDE	
<i>Publimetro</i>	CDMX 23	Ciudad de México	CDMX y área Metropolitana	150,000	Tabloide	Domingo a Viernes	ABC+	
<i>El Record</i>	CDMX 24	Ciudad de México	Zona Centro de la República Mexicana	146,000	Estándar	Diario	BC	
<i>El Metro</i>	CDMX 08	Ciudad de México	Ciudad de México	180,000	Tabloide	Diario	CD+DE	

Tabla 10. Fuente: Catálogo Nacional de Medios Impresos e internet (2017). Periódicos de la Ciudad de México.

Actualmente el costo de publicar en la red es mucho más económico que el impreso, ambos diarios poseen plataformas digitales (<https://www.reforma.com/>, <http://www.jornada.com.mx/ultimas>),<sup>428</sup> donde presentan su producto sin coste alguno al usuario, su competencia directa dejaron de ser únicamente los otros diarios impresos en papel. A ellos se suman cualquier medio que distribuya noticias haciendo uso del internet y sus muchas herramientas. Se puede acceder de cualquier sitio *web*, existe un estudio que dio a conocer cuáles son los más influyentes en *Facebook* (una de la redes sociales más utilizada en México); para realizar el análisis utilizaron la

<sup>428</sup> *La jornada* tiene dos formatos diferentes: *Jornada* virtual, toda la información de la versión impresa y Últimas noticias, la actualización de todas las secciones.

herramienta *Fanpage Karma*, cuyos datos se recolectaron el 1 de febrero de 2018, en ese sentido *Reforma* tienen 889k seguidores, mientras que *La Jornada* tiene 2.9M.<sup>429</sup>

No se puede obviar la importancia del uso del internet en el periodismo, tanto para los diarios tradicionales que se suman a este nuevo sistema de difusión y los que nacieron en esta etapa buscando ser del gusto de los usuarios, en un mundo donde la competencia por la información está en la rapidez que se divulga en la red. Los nuevos lectores/usuarios podrían abrir otra visión en este aspecto, donde podemos sugerir que los lectores de *Reforma* más tradicionales buscan continuar con la lectura impresa; mientras que los lectores de *La Jornada*, más abiertos y liberales van optando por informarse a través de las nuevas tecnologías.

### C) La estructuración de *Reforma* y *La Jornada*

La identidad es un concepto poroso que sirve de forma general para establecer vínculos en aspectos relacionados con la política, la religión y la economía entre los seres humanos, sin embargo; el uso indiscriminado en las ciencias sociales lo ha hecho establecer un sinfín de relaciones que no necesariamente poseen un identidad fija, puesto que es un concepto que no se circunscribe a uno solo de forma estática o permanente. En los diarios, se busca que el lector se identifique con su propuesta informativa, que se sienta parte de un todo, relacionándose con otros lectores que piensan igual que él, *Reforma* y *La Jornada* poseen una cartera de lectores o de un perfil distinta entre sí, definido de acuerdo a la asociación mexicana de agencias de investigación de mercado; la cual explica el nivel socioeconómico (NSE), que representan las categorías: ABC+C, D. D/E.

Nivel socioeconómico	Salario mínimo mensual	Equivalente en salarios mínimos.
<b>A/B Alto</b>	Superior a \$161,698,8	Más de 61 salarios mínimos.
<b>C Alto</b>	De \$63,619 a 161,698	De 24 a 60 Salarios mínimos
<b>C Medio</b>	\$21,206.4 a \$63,619	De 8 a 23 Salarios

<sup>429</sup><https://ilifebelt.com/los-periodicos-digitales-mexico-mas-populares-facebook/2018/02/>.  
10/08/2018.

		Mínimos
<b>D + Popular</b>	De 10,603 a \$18,555	De 5 a 7 Salarios Mínimos
<b>D Popular</b>	De 5,301 a 10,603.2	De 2 a 4 Salarios Mínimos
<b>E Básico</b>	Menos de \$5,301	Menos de 2 Salarios Mínimos

Tabla 11. Fuente: Datos generados por el autor 03/09/2018. El salario mínimo en México en el 2018 es de \$88.36.

*Reforma* aunque es un diario de información general se le identifica con los sectores empresariales, de clase alta, media alta, ligados a la iglesia y clases altas y medias conservadoras. Su aparición en 1994,<sup>430</sup> durante el fin del gobierno de Salinas de Gortari y principios de Zedillo Ponce de León, la sociedad rápidamente lo etiquetó como un diario conservador para empresas privadas y públicas, dicha percepción tiene sus antecedentes de un grupo de empresarios industriales de Monterrey, capital del estado de Nuevo León del norte de la República de México; aunque en su editorial es imparcial y equitativa en sus columnas de opinión pública, la sociedad y lectores en general lo han puesto en una geografía ideológica de centro derecha. El perfil del lector de *Reforma* en general:

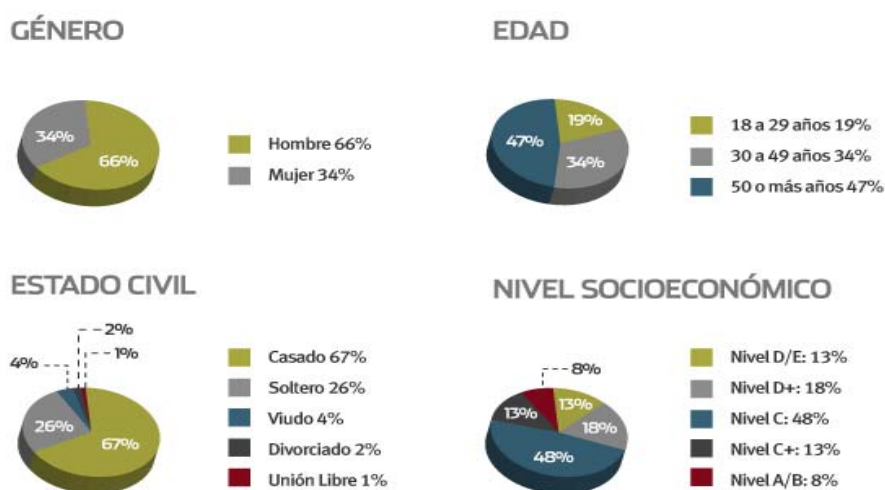


Figura4. Fuente: <https://www.google.es/search?q=perfil+del+lector+del+periodico+Reforma&tbm=loc>. Inf loc: 11/09/2018.

<sup>430</sup> El Grupo Reforma fundado en 1922, es una empresa periodística mexicana que publica diariamente 9 periódicos en 4 ciudades, incluyendo los tres más importantes en las tres ciudades más grandes del país. (México, Guadalajara y Monterrey).

Por su parte *La Jornada*, desde sus inicios se identificó con causas sociales y de apoyo a los movimientos anti-sistemas de ecologistas, ambientalistas, feministas y de grupos indígenas, tanto dentro como fuera de México, su aparición fue apoyada por diversos artistas e intelectuales de izquierda, así como políticos de diversos partidos y público en general que apoyaron económicamente y en especie para su fundación; estas características lo colocaron como un diario con un perfil de izquierda ante la opinión pública, prueba de ello fue el apoyo de intelectuales de la talla de Gabriel García Márquez y Noam Chomsky al inicio de su publicación. *La Jornada* supo capitalizar el descontento social y el vacío de información hacia los hechos sociales, ocupando un nicho potencial en el mercado, generado por la desconfianza hacia el Gobierno Mexicano en las últimas décadas en 1984, tomando como bandera la ideológica la lucha contra el capitalismo. De todos los lectores de *La Jornada* el perfil es: 51 % son hombres y 49% son mujeres, abarca un rango de edad desde los 18 hasta los 64 años, de los cuales 48% son solteros, 37 % casados, 72% trabaja y el 41% se dedica al hogar, su perfil socioeconómico es ABC+/C del 61%, de los cuales el 61 % posee estudios superiores.<sup>431</sup>

---

<sup>431</sup> [https://www.jornada.com.mx/tarifas/impresas\\_perfil.html](https://www.jornada.com.mx/tarifas/impresas_perfil.html). Inf loc: 11/09/2018.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES

#### 7.- Conclusiones Generales

Este estudio permitió demostrar una faceta en los medios impresos, que no se percibe con la claridad con la que uno desearía, la prensa escrita posee más allá de su influencia mediática en sus contenidos e información, una estructura de intereses privados, por encima de los públicos. La investigación presentó un comparativo y un desarrollo en los medios escritos en la comunicación política desde una visión teórica de la Economía Política de los Medios de Comunicación. Demostrando que los efectos y repercusiones en su desarrollo están en el ámbito de las relaciones institucionales de intereses económicos con el sistema político, más allá de sus lectores, gobernantes y gobernados; la investigación describió los alcances y límites que la prensa ha desempeñado como interlocutor histórico entre los distintos sistemas institucionales que integran el régimen político mexicano, a partir de un enfoque teórico metodológico desarrollado y articulado en cuatro pilares que el objeto de estudio utilizó para tal fin: estructura legal, desarrollo económico, paralelismo político y ética profesional.

El estudio evaluó el papel que desempeñaron los dos diarios (*La Jornada* y *Reforma*), en las condiciones impuestas por el modelo económico neoliberal y su contexto histórico, así como el resultado del análisis de las entrevistas a sus directores y reporteros, así como académicos y profesionales expertos en la materia, para su posterior reinterpretación; donde se explican los efectos respecto al desarrollo que ambos diarios tuvieron durante el periodo comprendido entre 1994-2018. Por lo que se pudo comprobar la hipótesis principal y específicas planteadas, con suficiente validez, así mismo; se confirmó que el desarrollo económico –neoliberal- permeó a ambos diarios, aunque de distinta forma, aun cuando cada uno de ellos presentó una imagen simbólica mediática de contra peso hacía los distintos gobiernos locales y federales y grupos de poder desde su fundación. Ambos diarios se adaptaron a los fines e intereses políticos y económicos, independientemente de ser medios de información pública, que favorecían a un sector del mercado de lectores. Uno y otro periódico, poseen diferentes niveles de intermediación, capaces de desarrollar entre los distintos niveles de gobierno y políticos de distintas ideologías, lo que les da una ventaja para poder continuar su desarrollo como empresas mediáticas.



Los supuestos del estudio se basaron en la relación interna estructural que ambos diarios poseen a través de cuatro variables: ética profesional, desarrollo económico, marco legal, y paralelismo político. Valorando que tanto se alejaban o se acercaban a los modelos de sistemas mediáticos comparados planteados por Hallin y Mancini. El análisis de tránsito de comunicación que poseen ambos diarios contra los tradicionales medios de comunicación (televisión y radio), obedece a un intercambio de intereses entre los grupos de poder y políticos de distintos niveles; esto permitió un análisis más global y de interpretación como medios impresos, para entender la totalidad del conjunto en la prensa y política nacional. De esta manera la hipótesis propuesta para el estudio de caso, se pudo constatar a partir de la evidencia documental empírica, con base al análisis cualitativo que se dio a través de las entrevistas a los directivos de ambos periódicos. El estudio confirmó el desarrollo económico político de ambos diarios y sus tipologías neoliberales durante el periodo comprendido para su análisis, los cuales presentaron características diferentes en cuanto a su desarrollo, como diarios de información general y de perfiles ideológicos y críticos al modelo en sus editoriales.

La hipótesis general planteaba que ambos diarios habían desarrollado un crecimiento económico a la par del modelo económico neoliberal. A partir del análisis de las cuatro variables antes planteados, podemos decir que independientemente del perfil editorial, ambos diarios tuvieron una influencia económica en su labor y trabajo pero de manera distinta, impactando con mayor fuerza en el diario *La Jornada* a través de sus empleados; repercutiendo en una disminución de publicidad, despido de reporteros, utilización de *outsourcing*, reducción del salario, así como de las prestaciones adquiridas al inicio del diario desde 1984. Mientras que *Reforma* alcanzó a posicionarse entre los lectores como un medio más independiente del Gobierno limitando su publicidad gubernamental, situación que le dio una autonomía y estabilidad al interior de la empresa, así como una ética profesional reconocida públicamente.

A partir del análisis ético profesional, se dedujeron las formas y estilos que poseen ambos diarios con respecto a la función que tienen como difusores de información pública, así como la distancia y límites con respecto a los gobiernos y partidos políticos, así como con grupos de poder mediáticos; evidenciando una delgada y débil postura de autonomía profesional en el diario *La Jornada* en comparación con el diario *Reforma*. En el aspecto legal se pudo constatar que el marco legal que posee la

prensa escrita se encuentra dentro del plano de lo privado, al ser consideradas como empresas privadas que funcionan bajo el interés público como difusoras de información; lo que las condiciona a leyes y marcos jurídicos de índole privado, sin embargo, su servicio otorgado a la sociedad se establece bajo marcos legales anticuados y no al momento histórico que tienen actualmente los medios de difusión que manejan y producen información como un bien de consumo público.

Ambos diarios han sufrido el acoso de grupos de poder, políticos y funcionarios públicos que van contra la libertad de expresión, siendo enjuiciados o demandados por daño moral en su labor como reporteros; no hay una ley específica que reglamente las funciones de los reporteros, sino que se adecua a los otros medios de comunicación, como la televisión y la radio. En el aspecto económico se percibe una gran diferencia en cuanto a producción y tiraje entre *Reforma* y *La Jornada*, la cual posee esta segunda, una administración anquilosada en detrimento de los derechos laborales de sus trabajadores, lo que ha venido repercutir en una crisis al interior del diario en los últimos seis años. La relación con el sistema político, el Estado y gobiernos locales, han obtenido beneficios mutuos, en parte por la adquisición de publicidad gubernamental, como es el caso de *La Jornada*, -que no fue sin embargo- un elemento que lo apuntalo a tener una estabilidad laboral al interior del diario, sino que fue aprovechada por una elite al interior de *La Jornada* que se benefició en altas jubilaciones y recontrataciones en el mismo diario. En un esquema de interpretación a partir del análisis de ambos diarios durante el periodo 1994-2018, a través de las cuatro variables: ética, política, económica y legal, podemos presentar los siguientes rasgos del periodismo en México como características principales:

- a) Existe una débil autonomía periodística.
- b) Existe una dependencia económica gubernamental a través de la publicidad.
- c) No hay ética profesional definida, sino que cada diario posea su propia ética periodística.
- d) El trabajo periodístico no es valorado como una función de beneficio real a la sociedad.
- e) La cercanía con el sistema político o los otros niveles de gobierno, debilita la autonomía periodística.
- f) Los políticos o grupos de poder siguen siendo los dueños de las empresas mediáticas.
- g) No hay un marco legal claro que proteja la integridad laboral y periodística.

- h) Se percibe una autocensura periodística que va como consecuencia del riesgo a ser demandados por políticos de todos los niveles de gobierno.

La consolidación de dicho esquema es resultado del análisis de ambos diarios, así como de la información de las entrevistas aplicadas a sus empleados, relacionadas con las cuatro variables planteadas para la investigación. De esta manera se pudo constatar las preguntas principales de los objetivos, evidenciando las relaciones entre el gobierno, partidos y situación ética de cada diario y el contexto legal actual, además del análisis sexenal de cada gobierno y la confluencia que ambos diarios tuvieron durante este periodo. Los elementos principales que se utilizaron para dicho esquema fueron:

- 1.- Aspecto legal y marco normativos: Ley de imprenta y normas jurídicas de protección a la creación de autor, así como reglamentos relacionados con medios escritos y difusión.
- 2.- Ética profesional: Nivel de autonomía, ética laboral, profesionalidad periodística, nivel educativo.
- 3.- Paralelismo político e institucionalidad: Relaciones cercanas con el gobierno y con los partidos políticos.
- 4.- Desarrollo económico mediático empresarial: publicidad gubernamental, ventas y tiraje de ambos diarios.

Las respuestas a cada una de variables por parte de los directivos y reporteros, estuvieron referenciadas a partir de las entrevistas hechas a los principales protagonistas de cada diario, lo que dio una amplia visión de la situación del desarrollo que la prensa escrita ha tenido en México en las últimas tres décadas. Los resultados permitieron establecer las diferencias entre ambos diarios, las opiniones vertidas evidencian los recursos y limitaciones que los periodistas perciben en su labor profesional, donde la prensa obtiene los recursos disponibles para desarrollar su función de difusor de información pública, pudiendo combinar el análisis cualitativo, tanto de *Reforma* como de *La Jornada*; donde el primero pone más énfasis en su autonomía y distancia que posee con respecto a la publicidad gubernamental, lo cual le otorga una mayor libertad de expresión en cuanto a partidos y gobierno y figuras públicas.

*Reforma* estableció un marco ético profesional desde el principio de sus actividades periodísticas, lo que le dio una interpretación definida a la evolución económica y de los intereses empresariales y financieros. *La Jornada* por su parte enfatizó su postura contra el neoliberalismo, pero con claras obviedades con respecto a

la gestión sobre las políticas públicas del PRD, en la capital del país; centrándose más en cuestionar las políticas federales panistas. Ambos diarios confrontaron al PRI (como partido, más no como gobierno), así como su relación cercana con el Gobierno Federal, ambos diarios presentan una imagen polarizada de la política económica, cuya posición periodística influyen en los intereses de los grupos de poder económico, a mayor polarización mayor valor simbólico tendrá el papel conciliador de la prensa, sin embargo; su autonomía e imparcialidad no es determinante, sino más bien el efecto de credibilidad y polarización ante sus electores, enfatizando las características de los actores políticos como responsables y de ahí a tener una difusión periodística y que su perfil editorial se convierta en lo importante.

Las posturas de ambos diarios con respecto al modelo neoliberal, repercutió en la actuación de todos los actores políticos y económicos, siendo una arena mediática donde se exponían pros y contras, las posturas de los diarios servía como una arma de doble filo; por una parte la de informar a la población y por otra, negociar con los distintos niveles de gobierno algunos términos que les permitieran conseguir mayores concesiones económicas. El coste simbólico repercutió de distinta manera en ambos diarios, al verse implicados como responsables de difundir la orientación ideológica del modelo neoliberal, durante los dos sexenios panistas se trató de modificar la política económica a través de la prensa escrita, aunque no fue suficiente, ello produjo un costo político en la imagen del gobierno. El costo simbólico que tuvo la prensa, dependió de la percepción que tuvo la opinión pública del PAN como Gobierno, ante las expectativas generadas ante el electorado y su propuesta fallida de promover cambios en lo político y económico.

No obstante ambos diarios se beneficiaron de los gobiernos en turno, ante el beneficio de lograr concesiones y al mismo tiempo dar espacio a diferentes interlocutores en sus páginas. En todo caso se trata de mecanismos que ambos diarios tenían para ejercer su tipo de periodismo, para lograr credibilidad y recursos ante su público y lectores y así ampliar su influencia a los diversos sectores sociales en su comunicación mediática. Al margen del análisis del discurso de sus integrantes en ambos diarios, así como las ideologías editoriales que manejan y las posturas ideológicas en su producción periodística, conviene reconocer que a pesar de descifrar su discurso político, representan de forma general un tipo de periodismo que se realiza

en México, que se puede entender por el contexto histórico y las convergencia de sus formas simbólicas. Podemos finalmente analizar los dos enfoques para ver las similitudes del periodismo en México desde las cuatro variables consideradas:

➤ **Modelo pluralista polarizado**

Este modelo enfatiza la relación que tienen los medios de comunicación (en este caso escrita), con el sistema político; es decir, hay un gran abanico de partidos políticos que se utilizan sus servicios mediáticos por el poder del Estado (en México existe un sistema de partidos mediano con ocho partidos nacionales), el modelo tiene como característica que están dirigidos a ciertos grupo de lectores, (tipo de lectores que tienen *La Jornada* y *Reforma*: urbana, culta, clase media, baja), presentan una información horizontal hacia el público como interlocutor, aunque con una baja tirada de diarios a nivel proporcional con respecto a la influencia mayor que tiene la televisión (en México se consume más televisión que diarios). El modelo existe en países con un proceso democrático relativamente nuevo (México entro a una liberalización democrática en su sistema político a partir de los 90), su desarrollo editorial de gran influencia social, no se dio antes de la mitad del siglo XX, lo cual resulta más difícil su desarrollo económico (*La Jornada* nació en 1984 y *Reforma* en 1994); su periodismo es de opinión y comentario con filias partidistas, a nivel teórico es liberal, mientras que en términos reales prevalece una instrumentalización de intereses con los grupos de poder y políticos (como el caso de *La Jornada*). Este modelo de periodismo posee una idea entre sus comunicadores de que son objetivos y neutrales, aunque en la realidad obedecen a intereses económicos (ambos diarios).

➤ **Modelo liberal**

Este modelo tiene como característica un desarrollo histórico como empresas dentro del ramo de la comunicación, más que instituciones al servicio del sistema político (*Reforma*), su nivel de ética profesional es más desarrollado, así como un desarrollo normativo que sirve de parámetro y de estudios teóricos (*Reforma*), su trabajo periodístico es más reflexivo, que el del deber ser o estar, este tipo de periodismo está muy influenciado por una tradición jacobina, propia de las sociedades protestantes; este tipo de periodismo es el que más ha sido analizado, puesto que es más fácil de

identificar que los distintos sistemas de información que existen en otras sociedades postmodernas (*Reforma*).

#### ❖ **Estructura legal.**

En todos los sistemas políticos existen tensiones entre los otros sistemas ejecutivo y judicial, en el caso de la jurisdicción y aplicación de la ley con respecto a los medios de comunicación escritos, México posee dentro del sistema legislativo una ley de prensa anticuada, desfasada, engendrada bajo un contexto distinto en cuanto a medios de comunicación, sociedad y economía; podemos decir que esta ley tiene como antecedentes el marco jurídico la Constitución de Cádiz, pasando por la Ley de 1857, hasta llegar a la 1917. En México la elaboración de las leyes han sido parte del poder político en turno, sus reformas desde los 80, han tratado de modificar el sistema de medios de comunicación y por efecto el sistema político; sin embargo, la corrupción ha impedido una verdadera estructura legal que facilite a los medios impresos ejercer sus actividades, llegando a ser parte del mismo problema.

Es de suma importancia la estructura legal para establecer los límites de sus actividades con respecto al sistema político y sociedad de general, así como diversos estatutos que sirven de marco regulatorio. Existe un marco de regulación internacional, que para este caso es el modelo gubernamental que establece un control de los directivos del sistema público de comunicación a partir de un partido político mayoritario. El marco legal que existe en México para la prensa escrita tiene una percepción mayor entre negativa e inexistente, de igual forma el marco legal que sirve de protección a la labor periodística e individual, no existe o bien esta en un proceso de elaboración. En cuanto a libertad de expresión la percepción es positiva y alta en ambos diarios. La estructura legal del periodismo en México está determinada por lo económico y de tipo gubernamental.

#### ❖ **Desarrollo económico –mediático empresarial-.**

La economía en los medios de comunicación y específicamente en los impresos en su etapa moderna han pasado por varias fases: 1.- ser parte del sistema político imperante, 2.- privatización y desarrollo de acuerdo al modelo económico neoliberal, 3.- ofertar sus servicios de información en distintas plataformas digitales, independientemente de la escrita. La prensa escrita de ser comparsa de gobiernos en

turno (lo que le daba una seguridad económica), paso a un proceso de competencia con otros medios de información, que repercutió en sus ventas ya que estas se sostenían por medio de la publicidad oficial, esta característica privo en todos los medios como algo normal, lo que repercutió en su autonomía económica y profesional. Sin embargo, la prensa tuvo ciertos beneficios económicos, por las relaciones estructurales que siguen estando en sus distintos ámbitos desde sus orígenes.

El desarrollo económico de un diario se mide principalmente, a partir de su tiraje aunque los nuevos diarios en contraste con los viejos de gran tiraje poseen la ventaja de ser leídos a través de las nuevas tecnologías de la información, esta característica enfatiza de forma general como a través de un estudio de mercado se pueden conocer las fortalezas y debilidades en cada una de sus áreas de oportunidades para su crecimiento; así como la subvención entre los distintos niveles de gobierno de publicidad gubernamental. En la actualidad no se podría establecer un diario sin el apoyo económico de la iniciativa privada ya que antes era el Gobierno ejecutivo o gobernadores que facilitan su creación, tanto *La Jornada* como *Reforma* han tenido un crecimiento en sus ventas, siendo durante los 90 el periodo donde más beneficios obtuvieron. La postura ideológica que pueda existir en sus colaboradores no se confronta con la empresa, aun cuando se sabe de qué filia ideológica profesa, es decir; su desarrollo económico no depende de ello. Lo que significa que el desarrollo económico de un diario simbólicamente depende de sus ventas, aunque este se sostenga por subvenciones gubernamentales, es decir; un diario debería de ser importante por sus ventas y tiraje, aunque en México esta condición no sea lineal, *Reforma* obtiene mayormente publicidad del sector privado, mientras que *La Jornada* se beneficia mayoritariamente del sector público. Finalmente el desarrollo económico de ambos diarios en la actualidad es en parte al desarrollo tecnológico y el uso del internet que los ha posicionado en el mercado global.

#### ❖ **Ética periodística.**

El trabajo de reporteros y columnistas del gremio periodístico tienen una percepción negativa en la sociedad mexicana, esto debido a su cercanía que por mucho tiempo han tenido con el poder político, la formación profesional del periodista en México ha evolucionado para bien, cada vez son más los egresados de centros educativos que entran a formar parte de los medios escritos. Aun así, sigue existiendo una mala

percepción del trabajo, así como del propio profesional, los malos salarios hacen que se siga relacionando la parte económica con la profesional, lo que condiciona en ocasiones la información. La crisis que atraviesan algunos diarios que se acostumbraron a vivir de la publicidad oficial generó una mutación hacia la subcontratación, disminuyendo las responsabilidades de la empresa hacia sus empleados los que repercute directamente en la profesionalización del reportero. La ética profesional dentro de los medios impresos es difícil de clasificar, aun cuando se basa en dos principios básicos: *la educación y el conocimiento*. Podemos diferenciar la profesionalización con respecto a la autonomía periodística, por otra parte existen tres medidas que se utilizaron para medir la ética profesional para nuestro tema: la autónoma, ordenamiento profesional, basado en aéreas definidas entre lo comercial y lo editorial, la orientación como un servicio público desde lo social. La ética del periodismo en México tiene una percepción negativa, así como negativa es la comparación con respecto a otras profesiones, aun cuando su desarrollo educativo es alto. Ambos diarios aseguran (a través de las entrevistas aplicadas), que no debe de existir un instituto que regule su ética profesional, existe una identificación débil con la ética profesional liberal del periodista mexicano, que contrasta una idea de servicio social alto como periodista.

#### ❖ **Paralelismo político.**

Las relaciones entre los distintos partidos políticos, niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), políticos (Diputados, Senadores, Ex gobernadores) y grupos de poder, son los nuevos compradores de espacios en las páginas de los diarios; junto a los empresarios de diversos ámbitos, como representantes de la iniciativa privada. La relación de la prensa con el poder político ha cambiado, ya no es unidireccional y no con un actor político como antaño existía, la liberalización del SPM a partir de los 90, abrió un nuevo esquema de relaciones e intereses, los nuevos compradores ahora, son todos aquellos que desean un espacio en un medio impreso, aunque sigue existiendo una proporción mayor de publicidad oficial, esta viene a ser parte de las discusiones para las futuras reformas en cuanto a la distribución oficial de publicidad gubernamental, para evitar que diarios que no venden se lleven mayor porcentaje de publicidad. Esto, sin embargo, ha venido a ser objeto de buscar el medio impreso que posea una ética profesional más clara en su empresa informativa de acuerdo a sus intereses particulares.



El paralelismo político enfatiza como los medios escritos han ido evolucionando de ser voceros de facciones políticas, a una mayor independencia y neutralidad de sus opiniones (libertad de expresión y a la obtención de beneficios económicos), aunque invariablemente exista una ideología en su redacción. Existe una percepción social clara sobre la filia política de cada diario, es decir, sigue existiendo una idea de que la prensa está compuesta por aquella de tinte liberal o conservador. La relación de la prensa con el sistema político es estrecha pero con aristas de tensión, su desarrollo democrático hace del periodismo mexicano este cada vez más politizado, esto significa que al mismo tiempo no puede coexistir las filias políticas y la ética profesional, al mismo tiempo que no se perciben como un periodismo como una representación social; tanto que puede ser una empresa y al mismo tiempo dar un servicio a la comunidad. Una característica que presenta el periodismo en México es su nacionalismo profesional, es decir; no se perciben que poseen una imagen como la del periodismo estadounidense, ni europeo, en su proyección liberal, esto va a colación con respecto a que no se distinguen como un medio que represente moralmente a los medios de comunicación. En las últimas tres décadas el Gobierno sigue teniendo el control de los medios impresos, aunque presentan una postura en contra actualmente del modelo económico, sin tener plena responsabilidad de ello.

**Rasgos que los identifican con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008) en términos generales.**

Modelo pluralista polarizado	<i>La Jornada</i>	<i>Reforma</i>
<b>Relación con el sistema político</b>	Alta.	Media.
<b>Diversidad de partidos utilizan sus servicios</b>	Baja.	Alta
<b>Lectores focalizados</b>	Media, baja.	Alta, media.
<b>Tiraje proporcional a sus lectores</b>	Baja.	Media.
<b>Influencia social</b>	Media.	Alta
<b>Desarrollo ético profesional</b>	Mediano.	Alto
<b>Nivel teórico instrumental</b>	Alto.	Bajo

Tabla 12.- Fuente: elaboración propia.

**Rasgos que los identifican con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008) en términos generales.**

Modelo liberal	<i>La Jornada</i>	<i>Reforma</i>
<b>Antecedente en el ramo mediático</b>	Bajo	Alto
<b>Desarrollo ético profesional</b>	Mediano	Alto
<b>Estructura normativa</b>	Débil	Fuerte
<b>Tipo de periodismo</b>	De opinión	Reflexivo
<b>Dirección editorial</b>	Fuerte	Débil
<b>De fácil accesibilidad científica y de investigación.</b>	Baja	Alta

Tabla 13.- Fuente: elaboración propia.

**Relación directa de ambos diarios con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008).**

<b>Identificación con los modelos</b>	<i>La Jornada</i>	<i>Reforma</i>
<b>Marco legal</b>	Pluralista polarizado	Liberal
<b>Ética profesional</b>	Pluralista polarizado	Liberal
<b>Desarrollo económico</b>	Pluralista polarizado	Liberal
<b>Paralelismo político</b>	Pluralista polarizado	Liberal

Tabla 14.- Fuente: elaboración propia.

Podemos considerar que el papel de la prensa frente al sistema político no está exento de una confrontación a partir de su trabajo, siempre y cuando no afecte sus intereses económicos, o una pérdida de autonomía frente a otros diarios; es decir, que afecte sus intereses frente a otras industrias mediáticas o intereses políticos. El papel de la prensa es distinguirse frente a los otros medios de comunicación, tomar una justa medida de interés hacia tal cual problema político, sin llegar a perder su credibilidad y su interlocución de la elite política y financiera. La capacidad de intermediación se debió a la polarización política, entre aquellos que apoyaban el modelo neoliberal y los que estaban en contra, su influencia se puede entender por la intermediación entre lo político, económico y social; y por la capacidad de información que manejan, equiparable a la de los centros de decisión económica y política, así como la actual capacidad de adquirir información vía digital y satelital, hace de las empresas mediáticas crecientes manejar flujos de información privilegiada, ya fuera en cualquiera de los diferentes campos o actividad, económica, política, empresarial, federal o local.

Convertirse en una arena de discusión entre diferentes interlocutores, fue sin duda, la principal función de la prensa, independientemente de incrementar, su audiencia, en anunciantes y lectores; cuyo desenlace pasó a favorecer a unos medios escritos más que otros. Ambos diarios supieron establecer límites de intermediación entre los distintos partidos, así como los que representaban la oposición con la cual tomo medidas, por la retóricas de especulación y señales desfavorables sobre el modelo económico que repercutirá en el mercado financiero; ya que tenían un antecedente fresco por la crisis económica sufrida en 1995. Las distintas orientaciones políticas convergieron en ambos diarios frente al poder político durante casi tres décadas, así como la pretensión por parte de otros medios de apoyar al candidato de PRI a obtener la Presidencia de la República, que también vino a darles jugosos dividendos.

El contexto sociopolítico fue un marco que ambos diarios tuvieron como parámetro para difundir, producir, información, así como generar publicidad; en torno a las distintas orientaciones políticas durante las elecciones presidenciales del 2000, 2006 y 2012. Ambos diarios generaron oportunidades para disputar capital político y simbólico, entre la sociedad en general, diferentes arenas se abrieron al debate público, el legislativo, el mediático y social; una nueva realidad de intercambio de información, de filtración de datos provocaron una interlocución y confrontación en el ámbito político. Los dos diarios acapararon todas aquellas decisiones y estrategias partidistas que regularmente escapan a la visibilidad mediática, para posteriormente pasaran a ser valoradas por los lectores de forma simbólica.

*La Jornada y Reforma* tienen un papel protagónico como espacio público, escenificando el debate político como conflicto ideológico, alterando términos y propiciando negociaciones para llegar a acuerdos institucionales. El arbitraje frente al neoliberalismo de ambos diarios fue el colofón de un sistema político más abierto, donde partidos y medios, en cuyas editoriales representaban el espectro de las fuerzas políticas, y los distintos perfiles de las audiencias. La posición de ambos diarios en la industria de la información, así como su trayectoria, les permitió influir en la representación política, por lo que tanto partidos y Gobierno se vieran obligados a rendir cuentas ante la sociedad, el SPM sufrió un cambio en sus relaciones con los medios de comunicación, donde la prensa tuvo un papel de intermediador de los distintos intereses económicos.

## **8.- FUENTES DE CONSULTA.**

### **A) Bibliográficas:**

Albarrán, A. (1999). Investigación sobre la economía de los medios de comunicación. Paradigmas, temas, contribuciones y sociedad. *12* (1), 7-20.

Albornoz, Luis A. Comp. (2011). Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la Economía Política de la Comunicación. Ed. Paidós. Estudios de comunicación N° 35. Buenos aires. Barcelona. México.

B. Thompson, John. (1993). Ideología y cultura moderna. - teoría crítica y social en la era de la comunicación de masas- Universidad Autónoma Metropolitana.

B. Thompson, John. (1998). Los media y la modernidad. Ed. Paidós. Barcelona.

Bell, Daniel. (1992). El fin de las ideologías. Editorial Tecno. S.A ediciones de CS. México.

Blomström, M. y Ente, B. (1990). La teoría del desarrollo en transición. México DF: Fondo de Cultura Económica.

Bohmann, K. (1989). Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México, Alianza Editorial Mexicana.

Boni, Federico. (2008). Teoría de los medios de comunicación. Ed. Universidad Autónoma de Barcelona. 288. pp.

Botomore, Tom. (1995). Elites y sociedad. Madrid. Ed.Talaza.225, pp.

Castaño, Paulina (2017). Contar lo bueno cuesta mucho. El gasto en publicidad oficial del gobierno federal del 2013 al 2016. Ed., Fundar Centros de Análisis e Investigación.

Castells. Manuel. (2009). Comunicación y poder. Ed. Siglo XXI, México.

Chomsky, Noam y Edward Herman. (1989). Los guardianes de la Libertad. Biblioteca de Bolsillo. Trad: Carme Castells. Ed, Crítica. Barcelona.

Chomsky, Noam. (1993). Ideología y cultura moderna, teoría crítica social en la comunicación de masas. UAM Xochimilco, México.

Córdova, Lorenzo y Salazar, Pedro. (2011). Estudios sobre la reforma electoral. *Del Poder Judicial de la Federación*, 2007. IFE. México.

Del Palacio Montiel, C. (2006). La prensa como objeto de estudio. Panorama de las formas de hacer historia de la prensa de México. *Comunicación y Sociedad*, 5, Pp. 421.

Del Palacio Montiel, C. (2006). La prensa como objeto de estudio. Panorama de las formas de hacer historia de la prensa de México. *Comunicación y Sociedad*, 5, Pp.11-34.

Easton, David. (1969). Enfoques sobre teoría política. Editores Amorrorto, Buenos Aires. *Fusiones*, Universidad de Sevilla. España.

Eco, Humberto. (2015). Número Cero. Editorial Lumen. España.

Ferguson, M, P, Goldin. (2002). Economía política y estudios culturales. Traductor: Raquel Sola. "Ed. S.A Bosch. 406, pp.

Fernández Christlieb, Fátima. (1985). Los medios de difusión masivos en México. Juan Pablo, editor. S.A. México, D.F. Tercera Edición, p, 27.

Freud, Sigmund. (1970). El malestar de la cultura. Alianza editorial. Madrid.

Galindo Cáceres, L.J. (2008). Comunicología y Estudios Culturales. Encuentro entre la comunicación y la cultura visto desde el inicio del siglo XXI, -Estudios sobre las culturas contemporáneas-. Colima (México). Junio, pp. 113-131.

García, Rubio, Claudia. I. (2013). Radiografía de la prensa diaria en México, Revista. *Comunicación y Sociedad*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.63-93.

Giovanni Sartori:(1998). Homo Videns. -La sociedad teledirigida-. Madrid, España: Ed. Tauros.

Golding, P. y Murdock, G. (1997). The Political Economy of the Media, 2 vols. Edgar Elgar Publishing Limited, Cheltenham, U.K.

Gómez Vargas, H. (2006). Figuras del pensar. Los estudios sobre el Consumo Cultural en América latina y la organización del campo académico de la comunicación en

México. Notas sobre su trayectoria, mapas y reorganización, Estudios sobre las culturas contemporáneas. Colima (México). Junio, pp. 10-43.

Hallin, C. Daniel, Mancini, Paolo: (2008). Sistemas Mediáticos Comparados. –Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política-. Ed. Hacer.

Ilan Bizberg, Meyer, Lorenzo. (2005). Una historia contemporánea de México. *Sus actores*. Ed. Océano. México.

José Buendía Hegewisch, José Manuel Azpiroz Bravo (2010). Medios de comunicación y la reforma electoral 2007-2008: un balance preliminar, México. Tribunal Electoral.

Lipset, Seymour. (1993). El hombre político. Ed., Tecnos. *Madrid. España*.

López Lorenza, Mestas Camberos. (1988). La ideología. Un punto de acercamiento para el estudio de la interacción entre el occidente de México y Mesoamérica.

Lozano, J. C. (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Pearson-Alhambra Mexicana.

Mancinas Chávez. Rosalba. (2008). El poder mediático en México. –Relaciones entre Economía política y medios de comunicación- colección ámbitos 9. Sevilla. España.

Marx Horkheimer y Theodor W. Adorno (1994). Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos, Trad. por Juan José Sánchez, Madrid, Trotta.

Marx, Karl. (1859). Contribución a la crítica de la economía política. Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife) - octubre de 1999 –

Mastrini Guillermo, Becerra Martin. (2006). Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Ed. Prometeo libros. Instituto de prensa y sociedad. Buenos Aires, Argentina. PP. 336.

Mastrini, Guillermo y César Bolaño (eds.) (1999). Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. -Hacia una economía política de la comunicación-, Biblos, Buenos Aires, 250 p.

McLuhan, Marshall (1973). La Galaxia de Gutenberg, Ediciones 62. Barcelona.

McLuhan, Marshall (1996). Comprender los medios de comunicación. Editorial Paidós.

- McLuhan, Marshall, Quentin Fiore (1997). El medio es el masaje. Editorial. Paidós.
- McQuail, Denis (1983). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Paidós Comunicación, Barcelona.
- McQuail, Denis (1998). La acción de los medios. -Los medios de comunicación y el interés público. - Ed. Amorrortu editores. Argentina.
- Melkote, S.R. y Steeves, H.L. (2001). Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment, Second Edition, Sage, New Delhi.
- Merayo, A. (2007). La investigación de la comunicación en Iberoamérica: historia, estado actual y nuevos retos. Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la comunicación. Número especial. 2007, Pp. 7-15.
- Mody B. (ed.) (2003). International and Development Communication: A Twenty-first Century Perspective, Thousand Oaks, Sage.
- Morin, Edgar. (1993). El Método. Naturaleza de la naturaleza. Madrid, Ed. Cátedra.
- Mosco, Vincent (2009). La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación, Barcelona: S.A Bosch.
- Mosco, Vincent (2009). La economía política de la comunicación: una tradición viva. *Conferencia inaugural del VII Congreso Internacional ULEPICC*. (pp. 15 – 50). Madrid: ULEPICC.
- Mosco, Vincent. (1996). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. Vol. 11.- 2006. Cuadernos de información y comunicación. Revistas científicas complutenses.
- Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Coord. (1999). Las industrias culturales en la integración latinoamericana. Ed. Sella. Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano.
- Ocampo Alcántar, Rigoberto (2001). El sistema político mexicano: el agotamiento de un modelo corporativo. Editorial: Cruz. Universidad Autónoma de Sinaloa. México.
- Pendakur, M. (2003). Indian Popular Cinema: Industry, Ideology, and Consciousness, Cresskill: Hampton Press.

Peña Serret, Daniel. (2002). Debate legislativo y prensa en México, (Tesis de maestría en Comunicación), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM,

Sampedro, José Luis. (2013). El Mercado y la Globalización. Ed. Booket. Pp-128.

Sánchez Ruiz, Enrique E. (1992). Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Sartori, Giovanni. (1987). Partidos y Sistemas Partidos. -marco para un análisis-. Vol. 1. Ed., Alianza. Madrid.

Segovia Alonso, Ana Isabel (2006). Presentación: cincuenta años de economía política de la comunicación, en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 11. Universidad Complutense de Madrid.

Segovia Alonso, Ana Isabel. (2001). La estructura de los medios de comunicación en los Estados Unidos: -análisis crítico del proceso de concentración multimedia-. (Tesis para obtener el grado de Doctor). Universidad Complutense de Madrid. España.

Serrano, Martin, (2004). La producción social de la comunicación. Alianza Editorial. Madrid.

T. R. Dye. (1976). Who's running America? Prentice Hall, New Jersey, pág. 12.

T.S. Eliot. (2005). Notas hacia una definición de la cultura. 1948. Taurus,

Tamames, Ramón. (1980). Estructura económica de España. (13ª edición, 2 volúmenes. Alianza Editorial, Colección Alianza Universidad (textos números 12 y 13), Madrid,

Tesis Doctoral (2015). Las Industrias Culturales en Argentina. (Memoria para optar al grado de Doctor). Presentada Por Néstor Mastrini Farina.

Trejo, Delarbre, Raúl. (.2005). Poderes salvajes. -mediocracia sin contrapesos-. México: Ed. Cal y Arena.

Valadez Diego. (1980). Algunas características del Sistema Político Mexicano. Revista de Estudios Políticos. (Nueva Época), Núm. 15, Mayo-Junio

Weber, Max. (2002). Economía y Sociedad. -Esbozo de sociología comprensiva-. Ed. Fondo de Cultura Económica. España.



Wright Mills, (1993). La Élite del Poder. Oxford University Press, Nueva York.

Zallo, R. (1988). Economía de la comunicación y de la cultura. Madrid: Akal.

Zhao, Y. (2001). Media, Market, and Democracy in China: -Between the Party Line and the Bottom Line, Urbana-. University of Illinois Press.

### **Fuentes electrónicas:**

Alva de la Selva, Alma Rosa. (2015). Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com>. Inf loc: 28/01/17.

Arango, Álvaro, Urumbura, Sonia. (2009). Teoría e investigación en comunicación social. Recuperado de: [www.redalyc.org/pdf](http://www.redalyc.org/pdf)... info.loc:4/02/2017.

Almirón Roig, Núria (2009). Economía Política y Comunicación: una aproximación epistemológica a los orígenes. En RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 563 a 571. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado de: [http://www.revistalatina.org/09/art/46\\_845\\_ULEPICC\\_01/38Almiron.htmlDOI](http://www.revistalatina.org/09/art/46_845_ULEPICC_01/38Almiron.htmlDOI). Inf loc. 13/06/2017.

Andrade Robles, Agustín. (2003). El desarrollo del proceso de industrialización en México”.1960.1982.P,5.Recuperadode.<http://www.economia.unam.mx/lecturas/inae2/u217.pdf>.inf loc: 01/10/2018.

Arce Barcelo, María Esther. (2011). análisis del periódico mexicano La Jornada.- Un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización-. Tesis doctoral. Universidad de Murcia. España. Recuperado de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10261/1809/18092018>. Inf loc. 18/09/2018.

Ariel M. Slipak. (2014). Los aportes de Raymond Williams a la perspectiva marxista sobre la ... Recuperado de: [www.academia.edu](http://www.academia.edu). Inf loc: 30/01/2017.

Alfonso Sánchez-Tabernero. (2008). Recuperado de: <https://revistas.ucm>. Inf loc: /24/02/2017.

Barbero Jesús Martín. (2004). Medios y Cultura en el Espacio Latinoamericano. N° 5 Revista de la Cultura. Pensar Iberoamérica. Recuperado de <https://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric05a01.htm>. Inf loc: 21/09/2018.

Bembibre, Cecilia. (2009). Definición ABC, sociocultural. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/18775.p>. Inf loc: 05/02/2018.

Bolívar, Meza. Rosendo (2002). La teoría de las elites en Pareto, Mosca y Michels. Recuperado: <file:///C:/Users/manoli/Downloads/Dialnet.LaTeoriaDeLasElitesEnParetoMoscaYMichels-6114156.pdf>. Inf loc: 29/04/2017.

Bolaño, Cesar. (2006). Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es>. Inf loc: 3/02/2017.

Centeno, R. (2009). Propuesta de cambio. Innovación en México: un reto de coordinación y apropiación. En CIDAC. Centro de Investigaciones para el Desarrollo. Recuperado de <http://www.cidac.org/vnm/pdf/propuestas/innovacionenmexico.html>. Inf loc: 15/03/2018.

Centro de estudios mexicanos y centroamericanos. Centre d'études mexicaines et centraméricaines. Recuperado de: <https://books.openedition.org>. Inf loc: 27/04/2016.

Cruz Soto, Rosalba. (2000). El periódico, un documento historiográfico. Recuperado de <https://www.researchgate.net> Inf loc: 5/11/2017.

Del Valle-Rojas, Carlos; Nitrihual-Valdebenito, Luis; Mayorga-Rojel, Alberto Javier. (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios. Palabra Clave, vol. 15, núm. 1, abril, pp. 82-106 Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563005>. Inf loc: 22/08/2018.

Díaz Castro, Lorena Eiliana. (2012). Teorías de la comunicación. Red Tercer Milenio. Recuperado de <http://www.aliat.org.mx>. Inf loc: 24/05/2017.

Emilio Lezema. (2015). El periodismo 2.0: El periodismo ante la globalización. Revista Letras Libres. Recuperado de <https://www.letraslibres.com/mexico-espana>. Inf Loc: 20/09/2018.

Espinoza M, Mario. (2013). Neoliberalismo en América Latina: una interpretación desde la ideología en Žižek. Recuperado de: [www.scielo.org.mx](http://www.scielo.org.mx) Inf loc: 21/03/2017.

Fernández, Christlieb. (1982). Los medios de comunicación masiva, p, 186. Recuperado de <http://www.diariamente.com.mx/>. Inf loc: 26/09/2018.

Fuentes-Berain, Rossana. (2001). Breve análisis histórico de la relación medios-política en México. Recuperado de: [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx). Inf loc: 7 /02/2017.

Gómez García, Rodrigo. (2008). Políticas e industrias audiovisuales en México: apuntes y diagnóstico. Revista comunicación y sociedad. Nueva época, núm. 10, julio-diciembre, pp. 191-223. issn0188-252x. P, 204. Recuperado de <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx>. Inf loc: 27/09/2018.

Gómez García Rodrigo. (2006). Políticas de Comunicación en México. El giro neoliberal, (1988-2006) en VVAA. Comunicación para el desarrollo en México. Libro colectivo de la AMIC 2006, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. A, C. Universidad Latina de América. A, C Morelia, Michoacán, México, 389-429. Recuperado de <https://www.researchgate.net>. Inf loc. 02/11/2018.

Gómez García, Rodrigo, Sánchez Ruiz, Enrique (2011). Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011 [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/62_esp.pdf). Inf loc: 19/12/2018.

Gonzales Fuentes, Juan Antonio. (2008). Unas claves para entender el Neoliberalismo: Reagan y Thatcher. Recuperado de: [www.ojosdepapel.com](http://www.ojosdepapel.com). Inf loc: 10/02/2017.

Guillermo Mastrini, Martín Becerra1. (2006). La economía política de la comunicación vista desde América Latina. [www.compos.org](http://www.compos.org). Inf loc: 28/01/2017.

Huerta, Wong. (2013). Concentración y diversidad de los medios de comunicación. Recuperado de: [www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188). Inf loc: 23/04/2017.

Hallin C Daniel, Mancini Paolo. (2010) Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Recuperado de: [www.reis.cis.es](http://www.reis.cis.es). Inf loc. 13/03/2017.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Barcelona Editorial.Hacer.Recuperadode:[www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_129\\_0712626095celoan22690.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_129_0712626095celoan22690.pdf). Inf loc: 13/03/2017.

Herrera, Velázquez. Meliat. (2004). Los Medios de Comunicación Social en la Sociedad Capitalista Actual. Recuperadode[www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mherrera.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/mherrera.html). Inf loc: 28/04/2017.

Hernández Ramírez, M.E. (2008). La investigación sobre periodismo en México. Revista Universidad de Guadalajara, 22, Recuperado de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug22/rug22dossier7.htm>. Inf loc: 05/05/2017.

Habermas, Jürgen. (1981). Teoría de la acción comunicativa. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina>. Inf.loc.5/02/2017.

Huerta-Wong Juan Enrique, Gómez García, Rodrigo. (2013). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. Comunicación y sociedad versión impresa ISSN 0188-252X no.19 Guadalajara ene./jun. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/scielo.php> Inf loc: 20/09/2018.

Fernández F, Iñigo (2010) Un recorrido por la historia de la prensa en México. Documentación de las Ciencias de la Información ISSN: 0210-4210 2010, vol. 33, 69-89 Recuperado.<https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN1010110069A/18661>. Inf loc: 02/09/2018.

Jáquez Balderrama José Luis. (2001). Historia, responsabilidad social y política del periodismo. La Prensa Chihuahuense y su cambio”. Revista Latina de comunicación. N#37enero.Recuperadode<http://www.revistalatinacs.org/2001/zenlatina37/141jaquez.htm> Inf loc: 17/09/2018.

Karl R, Popper (1980) La lógica de la investigación científica”. Ed. Tecnos. S.A Madrid. Recuperado de: <http://www.raularagon.com.ar/biblioteca/libros/popper> 07/09/2018.

López de Ramón, María. (2014). La construcción histórica de la libertad de prensa. Recuperado de: <http://hdl.handle.net>. Inf loc: 10/02/2017.

López, Mestas Camberos, Lorenza. Dinámicas culturales entre el Occidente, el Centro-Norte y la cuenca. (La ideología. Un punto de acercamiento para el estudio de la

interacción entre el occidente de México y Mesoamérica-. Recuperado de <https://books.google.es/books?isbn=2821828195>. Inf loc: 03/02/2017.

León Duarte, Gustavo. A. (2010). Estrategias, posiciones y prácticas científicas en la enseñanza y la investigación de la comunicación en América latina, en Miguel Hernández Communication Journal, 1. Páginas 53-77. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado de <http://mhcj.es/>. Inf loc: 23/04/2017.

León Duarte, Gustavo. (2007). Teoría e investigación en comunicación en América Latina. Recuperado de: <https://www.researchgate.net>. Inf loc: 13/03/2017.

Lira, Carmen. (1996). La Jornada, ¿Quiénes somos? Recuperado de: [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx) Inf loc: 22/01/2016.

Mosco, Vincent. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización. Diez años después. Recuperado de: [www.um.es](http://www.um.es). Inf loc: 02/02/2017.

Martínez Sánchez, Omar Raúl. (2016). Ética y autorregulación periodística en México. - conceptualización, historia, retos y documentos. Recuperado de <https://cdhdf.org.mx/wp-content/uploads/2015/06/etica-y-autorregulacion.pdf>. Inf loc: 03/10/2018.

Marco Legal para los Medios de Comunicación. Recuperado de <http://www.aceproject.org>. Inf loc: 22/09/2017.

Medina-Nieto, Margarita. (2017). Revistas de estudio de comunicación. Vol 22. Núm. 43. Recuperado en [www.ehu.eus](http://www.ehu.eus) Inf loc: 03/04/2018.

MacBride, Sean. (1980). Un solo Mundo, voces múltiples, comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica. México. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf> Inf loc: 21/09/2018.

Peschard, Jacqueline. (1997). Cultura política y comportamiento electoral en el Distrito Federal. Revista Mexicana de Sociología. Vol. 59, No. 1 (Jan - Mar.), pp. 37-52. Recuperado de <http://lexicodelapolitica.blogspot.com/2015/02/comportamiento-electoral-jacqueline.html>. Inf loc: 03/10/2018.

Prensa y Sociedad (IPyS) en el marco de una investigación desarrollada. Concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile.

Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3417249.pdf>. Inf loc: 22/03/2017.

Rojas del valle, Carlos. (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización. [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org). Inf loc: 15/01/2017.

Palacio Montiel, Celia (2009). Una mirada a la historia de la prensa en México desde las regiones. Recuperado de: <https://revistahistoria.universia.net/article/download/214/340>. Inf loc: 12/04/2017.

Rodrigo Gómez García, Sánchez Ruiz, Enrique. (2001). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos Recuperado de. [www.academia](http://www.academia) Inf loc: 07/09/2017.

R. Olmedo, Neri. (2017). Análisis del discurso publicitario. Julio 9. Recuperado de <https://datospdf.com/.../la-publicidad-en-México>. Inf loc: 27/09/2018.

Revista Mexicana de Ciencia Política (1972). Julio-Septiembre, pp.47-52. # (69). Recuperado de [www.coneicc.org.mx/](http://www.coneicc.org.mx/). Inf loc: 27/09/2018.

Reglamento de la ley federal de radio y televisión. Recuperado de: [www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/pdf/R79.pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/pdf/R79.pdf). Inf. 02/11/2018.

Riva Palacio, Raymundo. (1992). La prensa en México, Una aproximación crítica. P 16. Recuperado de <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx>. Inf loc: 27/09/2018.

Ruiz, Carlos. (2008). La agonía del cuarto poder: Prensa contra democracia. Barcelona Tripodos. Estudios sobre el mensaje periodístico 2010, 16. 487-524. Recuperado de <http://dspace.ceu.es>. Inf loc: 02/06/2017.

Schlesinger, Philip; Morris Nancy. (1997). Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. III, núm. 5, junio, pp. 49-85 Universidad de Colima. México. P, 52. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/316/31600504.pdf>. Inf loc: 21/09/2018.

Segovia Alonso, Ana Isabel. (2006). Cincuenta años de economía política de la comunicación. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/download/>

[CIYC0606110003A/7268](#). CIC Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 11 57-79. Pag, 64. Inf loc 19/03/2017.

Spicker, Paul. Alvarez Leguizamón, Sonia y David Gordon. (2009). Pobreza: un glosario internacional. Recuperado de: [teoría de la dependencia-Clacso](#) <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/clacso/crop/glosario/>. Inf loc: 3/02/2017).

Trejo Delabre, Raúl. (2016). Los medios como contraparte del proceso de democratización en México 2004- Recuperado de: <https://trejo.wordpress.com>. Inf loc: 28/04/2017.

Vincent Mosco. (2006). La Economía Política de la comunicación: una actualización diez años después. CIC Cuadernos de Información y Comunicación vol. 11 57-79. Pág. 64. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index>. Inf loc: 3/02/2017

Velarde Tovar, M. (2006). Los retos de las teorías de la comunicación en el siglo XXI. Revista Digital Universitaria. México, junio, número 6. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx>. Inf loc: 27/03/2017.

Zacarías Armando. (1996), El papel del papel de PIPSA en medios mexicanos de comunicación. Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 25-26, septiembre 1995-abril pp. 73-88. Recuperado de <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx> Inf loc: 18/09/2018.

#### **Direcciones electrónicas.**

<http://www.expansion.com/especiales/20aniversario/20corporativos/aol.htm>. infloc: 25/08/2017.

<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/22/coq.htm>. Inf loc: 07/06/2017.

[http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE\\_07/Doctos/RDE\\_07\\_Art1.pdf](http://www.inegi.org.mx/RDE/RDE_07/Doctos/RDE_07_Art1.pdf). Inf loc: 12/04/2017.

<http://www.milenio.com/opinion/fernando-mejia-barquera/cambio-dfrecuencia/periodistas-en-cdmx-secreto-y-clausula-de-conciencia>. Inf loc: 28/09/2018.

<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/>. 26/09/2018.

<https://abelsing.wordpress.com>. La regulación de los medios de comunicación. Inf loc: /21/02/2017.

<https://abelsing.wordpress.com>. loc:11/02/2017.

<https://definicion.de/outsourcing>. Inf loc: 23/04/2018.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=292168>. Inf. 07/09/2017.

<https://es.statista.com/estadisticas/619738/frecuencia-de-lectura-de-periodicos-de-la-poblacion-mexico>. Inf loc: 20/09/2018.

[https://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome\\_de\\_Frankenstein](https://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_de_Frankenstein). Inf. 07/09/2017.

<https://www.animalpolítico.com>-2018/03.sexenio-de-eppn-el-mas-violento-para-la-prensa/ Inf loc: 01/09/2018.

<https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2010-v1-n1-la-investigacion-academica-sobre-periodismo-en-mexico-una-mirada-critica>. Inf loc: 20/06/2018.

[www.carlosgonzalo.es/mcdonizacion-de-la-sociedad/](http://www.carlosgonzalo.es/mcdonizacion-de-la-sociedad/) Inf loc: /24/02/2017.

[www.cepal.org/es/cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-caribe](http://www.cepal.org/es/cepal-aumenta-fuertemente-uso-acceso-internet-america-latina-caribe). info loc. 22/03/2017.

[www.comunicaciónysociedad.cucsh.udg.mx](http://www.comunicaciónysociedad.cucsh.udg.mx) Inf loc: 24/04/2017.

<https://sites.google.com/site/cnetuc/contrataciones>. Inf loc: 28/02/2019

<http://www.gob.mx/sfp/documentos/gastos-de-comunicacion-social>. inf loc: 21/03/2019.

<http://www.presidencia.gob.mx/cuartoinforme/>. Inf loc.21/03/2019.



## **9.- ANEXOS**

### **9.1.- Repertorio de entrevistas y batería de preguntas**

Entrevistas realizadas como parte del trabajo de campo a periodistas de los diarios *La Jornada* y *Reforma*, así como a académicos y profesionales en medios de comunicación en la Ciudad de México de enero a marzo del 2018.

#### **a) *Reforma***

1-Director General (Lázaro Aza-él Ríos Cavazos). Núcleo Temático: Desarrollo económico e institucional del medio impreso.

2-Gerente del Departamento Jurídico del corporativo del diario (Katia Santaolaya). Núcleo Temático: Estructura Legal y Normatividad Institucional.

3-Gerente de Talento Editorial. (Diana Lucia Álvarez Macías). Núcleo Temático: Ética Profesional.

4-Director Editorial y Contenidos. (Roberto Zamarripa). Núcleo Temático: Paralelismo Político e Intervención Estatal.

5-Jefe de Información Nacional. (José Miguel de la Vega Peralta). –Todos los bloques se contestaron-

#### **b) *La Jornada***

6-Jefe editorial y Accionista. (Roberto González Amador). Todos los bloques se contestaron.

7-Accionista y Reportero de Nota Nacional. (Roberto Garduño). Todos los bloques se contestaron.

8-Reportera de Nota Política. (Elizabeth Velazco Contreras). Todos los bloques se contestaron.

9-Reportero de Área Política de Estatal. (Enrique Méndez Meza). Todos los bloques se contestaron.

Dos entrevistas a académicos reconocidos sobre medios de comunicación:

10-Raúl Trejo Delabre (UNAM) Todos los bloques contesto.

11-Ernesto Villanueva V. (UNAM, ITAM). Todos los bloques contesto.

12-Carlos Chávez de Icaza (Director General de -bizcom- en medios y publicidad impresos). Todos los bloques contesto.

13-Los entrevistados de *Reforma* solo contestaron bloques temáticos de acuerdo a su aérea o perfil, con excepción de Miguel de la Vega que fue entrevistado por medios particulares.

14- Los periodistas de *La Jornada* contestaron los 6 bloques planteados de la entrevista.

15-La quinta entrevista de *La Jornada* se canceló en el momento de la misma por motivos laborales, a partir del ambiente de incertidumbre y temor de dar información. (Días después de la cita para la entrevista, esta persona fue despedida del diario).

### **Batería de preguntas**

#### **Núcleo temático 1: Desarrollo Económico del Medio Impreso.**

1.- ¿Hablemos sobre cuánto cuesta iniciar un proyecto periodístico? Costos generales, situación económica de la empresa, beneficios a corto y mediano plazo como empresa.

2.- ¿Hablemos de cuál fue el proceso de crecimiento del diario en cuanto al mercado de ventas y difusión?

3.- ¿Hablemos de cuáles periodos fueron los más benéficos, en cuanto a ventas y publicidad que obtuvo el diario durante 1994 2012?

4.- ¿Hablemos de cuando empezó a cotizar el periódico en la Bolsa de Valores? ¿Ha sido una experiencia positiva?

5.- ¿Hablemos si económicamente se puede desarrollar un diario sin seguir los lineamientos, ideologías o modelos económicos de una política neoliberal como la que se delineo en México durante los años 90?

6.- ¿Hablemos de cómo el desarrollo económico de un diario puede ser considerado como influencia en la opinión pública?

7.- ¿Hablemos como la globalización afecta el desarrollo económico de un diario?

- 8.- ¿Hablemos en cual sector del mercado se han obtenido mayores beneficios económicos?
- 9.- ¿Hablemos de cómo se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?
- 10.- ¿Hablemos si económicamente la definición ideológica, en su editorial, o contenidos periodísticos, supone un crecimiento en cuanto a sus ventas?

### **Núcleo Temático 2: Estructura Legal.**

- 1.- ¿Hablemos de cuáles eran las circunstancias legales en las que inicio sus actividades como empresa periodística? (El contexto general de leyes que existía en ese entonces).
- 2.- ¿Hablemos sobre las leyes que existen en nuestro sistema político, con respecto a las actividades sociales que realiza un periódico?
- 3.- ¿Hablemos sobre el marco legal que existe en México para la labor periodística?
- 4.- ¿Hablemos si en México existe una ley de prensa que protege más al periodismo que al que ejerce su ejercicio profesional?
- 5.- ¿Hablemos si el marco regulatorio sobre la libertad de expresión en México posee características democráticas como los países occidentales?
- 6.- ¿Hablemos sobre el modelo que existe en México, con respecto al marco regulatorio dentro de los medios de comunicación.
- 7.- ¿Hablemos de cuál es la relación de la prensa específicamente con respecto a la libertad de expresión?
- 8.- ¿Hablemos si el marco regulatorio influye de forma directa en el ejercicio profesional del periodista?
- 9.- ¿Hablemos si la influencia ideológica de los modelos económicos influye en las directrices legales hacia los medios de comunicación escrita?

### **Núcleo Temático 3: Ética Profesional.**

- 1.- ¿Hablemos sobre la ética profesional del periodista en México?
- 2.- ¿Hablemos de cómo se percibe al periodista con respecto otras profesiones?
- 3.- ¿Hablemos si existe una proporcionalidad profesional del periodista con respecto al nivel educativo?
- 4.- ¿Hablemos si debería de haber una regulación sobre la ética profesional del periodista en México?

- 5.- ¿Hablemos si existe en México niveles de autonomía profesional en el ejercicio periodístico?
- 6.- ¿Hablemos si la ética profesional del periodismo en México está basada en los principios liberales del capitalismo?
- 7.- ¿Hablemos si la ética profesional del periodista está basada más en su ejercicio real de su trabajo, que en las filias políticas u orientaciones economicistas?
- 8.- ¿Hablemos si el ejercicio del periodismo, es considerada como una actividad de servicio público a la sociedad?
- 9.- ¿Hablemos si se considera al periodismo como una herramienta de difusión imprescindible en un sistema político?
- 10.- ¿Hablemos si la relación entre el Estado, y los partidos políticos determinan el nivel de profesionalismo en los medios de comunicación, especialmente en la prensa?

#### **Núcleo Temático 4: Paralelismo Político.**

- 1.- ¿Hablemos sobre la prensa en México como un parámetro democrático en su historia con respecto al poder político?
- 2.- ¿Hablemos si la prensa en México es un intermediario de intereses sociales con el poder político, o posee una autonomía de su ejercicio periodístico?
- 3.- ¿Hablemos si la autonomía política en el periodismo, determina el crecimiento, desarrollo y la estabilidad laboral de su actividad?
- 4.- ¿Hablemos si existe un temor de perder ingresos y beneficios económicos por la autonomía de su ejercicio periodístico?
- 5.- ¿Hablemos si considera incompatible la objetividad del periodismo con las filias ideológicas partidistas?
- 6.- ¿Hablemos si considera real la separación del ejercicio periodístico con respecto a las instituciones gubernamentales y partidistas y su difusión del medio a la opinión pública?
- 7.- ¿Hablemos si el periodismo en México tiene una autonomía política con respecto a sus opiniones vertidas en sus diarios? ¿Y en su caso, si su diario posee estas características?
- 8.- ¿Hablemos si existen una marcada intervención de organismos externos a los partidos o gobierno que poseen alguna importancia en sus actividades y se vea reflejada en la opinión pública a través de su diario? (Sindicatos, organizaciones civiles, ONG, etc.).

9.- ¿Hablemos sobre la imagen del periodista como figura política, que se contrapone en su ejercicio periodístico de manera objetiva y profesional? ¿Existe un periodismo de opinión politizado en México?

10.- ¿Hablemos si existe en México una separación profesional entre el ejercicio periodístico del reportero y el comentarista?

11.- ¿Hablemos sobre la pluralidad informativa en el ejercicio periodístico?

#### **Núcleo Temático 5: Institucionalidad Política.**

1.- ¿Hablemos sobre el periodismo como parte importante de las instituciones del sistema político?

2.- ¿Hablemos si considera que un diario es la representación política de una sociedad y su pluralidad política depende del nivel de profesionalismo que ofrece a sus lectores?

3.- ¿Hablemos si el periodismo puede convivir entre su instrumentalización política, comercial y propagandístico y su profesionalidad objetiva?

4.-Hablemos si considera que existe un antecedente de origen en su diario que haga que prevalezca una autonomía en su ética profesional con respecto al paralelismo político.

5.-Hablemos si su diario se basa en los pilares del periodismo liberal americano.

6.-Hablemos si considera al periodismo como un guardián de la moral profesional de los medios de comunicación.

7.- Hablemos si considera que existe una crisis en el periodismo tanto en el económico con respecto a las nuevas tecnologías de la información, así como por la imagen de servicio social que brinda como garante honesto y objetivo de la realidad ante la sociedad.

8.-Hablemos si considera que los ingresos por publicidad privada o pública determina el grado de profesionalidad en su diario.

9.-Hablemos sobre la importancia del Estado dentro del ejercicio periodístico en un sistema mediático.

10.-Hablemos sobre el empoderamiento y concentración de empresas mediáticas a nivel nacional.

11.-Hablemos sobre cual debería de ser el papel del Estado en un sistema mediático capitalista.

#### **Núcleo Temático 6: Instrumental Político.**

1.- ¿Hablemos de cómo define el tipo de relación institucional, que los medios de comunicación en México, tuvieron durante las tres últimas décadas?

2.- ¿Hablemos de cómo ha sido la relación de la prensa con respecto al modelo económico neoliberal instaurado en los 90 y apoyado por las demás instituciones estatales?

3.- ¿Hablemos de cómo fue la postura editorial de su diario con respecto a las políticas económicas establecidas como parte del TLC, durante las tres últimas décadas?

4.- ¿Hablemos si considera que la prensa tuvo su responsabilidad como institución de opinión pública ante la sociedad, sobre las consecuencias de tales políticas económicas implantadas?

5.- ¿Hablemos de cuáles han sido los efectos económicos que las reformas legales en comunicación ha tenido su diario?

6.- ¿Hablemos de cuál es el nivel de ética y profesionalidad que tiene su diario con respecto a sus trabajadores?

7.- ¿Hablemos si considera que el Estado mexicano ofrece una libertad de opinión, en los medios de comunicación?

8.- ¿Hablemos si considera que su periódico posee características del modelo económico neoliberal, dentro su ejercicio profesional, así como la determinación para seleccionar a sus personal laboral?

### **Ficha de entrevista**

Nombre	
Edad	
Teléfono	
Email	
Lugar de estudio	
Cargo en el diario	
Años de trabajo	
Situación actual laboral	
Fecha de entrevista	

## Núcleo temático 1.- Desarrollo Económico del Medio Impreso

**P:** ¿Cuánto cuesta iniciar un periódico como *Reforma*, en términos generales?

**R:** Mas que hablar de los términos económicos, iniciar un periódico de cero como *Reforma*, que veníamos de una ciudad como Monterrey del estado de Nuevo León, fue algo exhaustivo, desde lo básico, ¿Para qué vamos para allá? ¿Qué tipo de periódico queremos presentar en aquel momento en 1993 a la capital de la República? Porque nosotros desde el principio quedamos muy claro a diferencia de otros, que nosotros no queríamos un periódico nacional, nosotros queríamos un periódico para la capital de la república y para la megalópolis. Lo básico, lo elemental para iniciar un periódico es saber la definición de ¿A quién le quieres hablar? ¿Qué tipo de periódico eres?, no solamente las secciones sino cual es la orientación principal; te puedo decir que *Reforma* es un periódico con una orientación política, económica y de información general, esa era nuestra configuración de nuestro diario. En aquel tiempo hablamos de una clara definición, que no existían en la Ciudad de México, de secciones para que los anunciantes pudieran donde aterrizar sus anuncios, por eso aparece la sección moda, buena mesa, la sección de viajes que no existían en esos tiempos, estaban asociadas a unos grandes cuerpos en otros periódicos, nosotros hicimos esa separación; ya teniendo pensado ¿Qué periódico quieres y a quién le quieres hablar? La segunda parte es ¿Quién lo va a hacer? Y para ese ¿Quién lo va hacer? Tienes que tener muy claro cuál va ser tú estilo periodístico, en ese sentido nosotros lo teníamos muy claro desde que Alejandro Junco, el ahora Presidente y Director General define el periodismo de aquel tiempo del periódico del *Norte* como un periodismo independiente.

Muy lejanos del poder económico, muy lejanos del poder religioso, muy lejanos al poder de la autoridad del poder establecido, etc; un periódico que tenía que tener dos cosas para vivir principalmente: de la circulación y de la publicidad. Esos eran los ingresos que nos siguen dando a nosotros la capacidad de ser un periódico independiente, porque si tienes capacidad económica, tienes capacidad de ejercer libremente el periodismo, sin tener ataduras del gobierno y los centros del poder. Tienes que producto vas a hacer, ¿Cuál va ser tu orientación editorial claramente bien definida?

---

<sup>432</sup> Lázaro Ríos Cavazos, Director General de Editorial del Grupo Reforma, Ing. por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Posgrados en Desarrollo Humano y Sistemas Computacionales.

Ahora tu cuerpo de reporteros, nosotros decidimos en aquel tiempo contratar puros muchachos jóvenes, tú acabas de ver a la doctora Diana Lucia, ella empezó con nosotros saliendo de la universidad; contratamos a un grupo de muchachos, fuimos a las universidades, esos muchachos pasaron por un curso de periodismo y de ahí fueron a Monterrey a capacitarse y al mes regresaron a México.

En aquel tiempo en 1993, la gente consideraba que *Reforma* sería un fracaso, porque pensaba que era un periódico lleno de muchachos inexpertos, para nosotros era más fácil esos muchachos inexpertos generarles un contenido ético y un hambre periodística, versus que alguien que ya estaba lleno de otras cosas (...), que también contratamos indiscutiblemente gente con experiencia; pero créeme sin tener el dato específico en este momento, el 95% eran muchachos que nunca habían trabajado con ninguna institución y aquí tienes este esfuerzo de capacitación de contratación, viene toda la parte industrial, tus prensas, tú edificio, tus sistema computacionales, tú sistema de circulación y una cosa muy importante que yo he tenido la suerte de participar en el arranque de tres periódicos, todos son diferentes, es verdaderamente poner muchas cosas alineadas para que sucedan a partir del primer ejemplar durante muchos años. Nosotros decimos hacer el primer periódico no tiene mucho chiste, hacer el periódico cinco sí, porque el primero haces mil, mucha planeación para hacerlo, el dos, el tres, el cuatro, el cinco y andas otra vez patinando hasta llegar a ser un sistema ya establecido, de captación publicitaria, captación de información, alineación de tu proceso productivo, impresión, circulación y empieza de nuevo el ciclo; entonces es un esfuerzo muy grande arrancar un periódico prácticamente desde cero, sobre todo si es un periódico que va satisfacer a los lectores.

**P: ¿En ese sentido esa sería la historia de la venta y difusión del periódico?**

**R:** Si, nosotros decididos en su momento que el periódico debía de tener una características determinadas a través del *Focus Grup*<sup>433</sup>, que por cierto en aquel tiempo esas características que le dimos al periódico, el mercado editorial, el mercado periodístico, no los clientes, no los lectores; decían estos están locos, ¿Cómo pueden llevar en su periódico tanto color, el color lo que hace es maquillar el mal periodístico?

---

<sup>433</sup> Los grupos focales son utilizados para explorar un producto o una categoría de productos en particular (o cualquier otro tema de interés para la investigación). Durante una sesión de un grupo de discusión se alienta a los participantes a discutir acerca de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, o ante nuevas campañas de comunicación de marketing o publicidad.



Eran acciones establecidas en su momento en el mercado pero verdaderamente equivocadas, entonces nosotros dijimos va a ser un periódico con mucho color o va a ser un periódico gráfico, animado que diga cosas, segundo o va a ser un periódico independiente, también era distinto en aquel tiempo muchos periódicos su negocio no era hacer precisamente hacer periodismo, sino no hacer periodismo; entonces nosotros íbamos hacer periodismo, cuando dices a hacer independiente te amarras de hacer periodismo.

**P: ¿Han tenido periodos o sexenios donde hayan tenido mejores beneficios económicos?**

**R:** Yo te podría decir que no, que no es lineal, nosotros estamos prácticamente a finales de Salinas principio de Zedillo, Fox, Felipe, ahora el presidente Peña, yo creo que ha correspondido a las variables económicas, si México ha estado bien, el periódico ha estado bien, porque nosotros somos un producto que ha estado muy relacionado al mercado privado, al mercado de los bancos; es más, -fíjate- esa respuesta podría tener si tuviera los datos aquí, tenemos periodos, más que periodos gubernamentales, años en donde depende... Cuando arranco la telefonía celular, nosotros tuvimos un buen año porque todas las empresas estaban publicitando en telefonía celular. Cuando empezó a haber más inversión en banca privada, los bancos estaban asentándose, sacando sus tarjetas de crédito, cuando viene la gran explosión del Tratado de Libre Comercio de nuevas marcas de automóviles, de tener cinco seis marcas a tener 37 marcas y no sé de cuantos cientos de modelos, pero creo que está directamente relacionado con la economía del país.

**P.- ¿Reforma no cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores?**

**R:** No, es una empresa netamente familiar, porque es una empresa de la familia Junco que ha tenido existo dedicada exclusivamente al periodismo y nunca ha habido una tentación de irnos al mercado.

**P: ¿Hablemos si económicamente se puede desarrollar un diario sin seguir los lineamientos económicos de la política neoliberal?**

**R:** Yo creo que nosotros más que ver cuál es la política que tiene un visión gubernamental, tenemos una definición básica, elemental que es el corazón del éxito, es ofrecer a nuestros lectores la mejor información periodística, tanto periodística que es nuestro centro como publicitaria; si la gente se ve reflejada en el periódico Reforma a

través que encuentra en la información comercial con la cual a través de ella transacciona (sic), somos un periódico que va dirigido a una clase económica de alto nivel de estudios con ingresos discrecional. Entonces tú vas a encontrar anuncios publicitarios de ese tipo, con información relevante para su toma de decisiones, esa es la mejor política que tenemos, si está cercano al modelo neoliberal o no, nosotros somos muy liberales en hacer periodismo y somos liberales en su sistema económico, tan liberal somos que día a día, el periódico *Reforma* sale a las calles en un proceso de compra libre y democrático a pelear la compra contra, -creo que son 17 periódicos en la Ciudad de México- y el lector decide pagar en este momento \$20 pesos por un periódico *Reforma*, versus los demás que están en el camino; yo te puedo decir que no se si somos neoliberales, los que sí somos liberales en nuestra manera de actuar, porque creemos completamente en la libertad y en la toma de decisiones.

**P: ¿En ese sentido esa percepción puede ser considerada ante la opinión pública a la sociedad como éxito?**

**R:** Yo creo que toda adquisición es una decisión personal, basada en la satisfacción de un producto que tú compras y en la percepción que tú tienes de él, yo creo que *Reforma* se ubicó muy rápidamente en el gusto de los lectores, por gracia o por desgracia, nos tocó momentos muy convulsos en el arranque; en 1994 la muerte de Colosio, el ejercito zapatista en ese periodo de tiempo, la muerte de Ruiz Massieu, un momento muy convulso y nosotros teníamos la oportunidad de publicar con nuestro estilo, con nuestra apertura sin ninguna censura de nadie, eso nos ubica en primera estancia como un periódico totalmente distinto, que está buscando hacer periodismo. Y segundo, hubo un momento donde tuvimos que salir a las calles a vender nuestro periódico, porque la Unión de Voceadores bloqueó completamente nuestro trabajo y nosotros salimos a reivindicar un derecho que tienen todos los ciudadanos mexicanos, que es el derecho al trabajo y al libre tránsito; ese movimiento de 1994 fue increíblemente aceptado por la sociedad, vio a un periódico libre decidido, con ganas de enfrentar, de salir a defender sus derechos a las calles de manera ordenada, de manera pacífica, de manera clara y tuvimos un gran avance en la percepción de la gente.

Hay quien me ha preguntado como la hicieron para desarrollar esa estrategia, no hubo esa estrategia, esa estrategia se nos dio, decidimos enfrentarlo, como libres pensadores, como gente deseosa de ejercer sus derechos y la gente lo recibió muy bien en 1994 y hubo un brinco en *Reforma*; no tiene nada de mercadotecnia, a mí me gustaría decirte, que hubo un proceso, que nos rodeamos de doctores a analizar esto, nos enfrentamos a una realidad, decidimos bajo nuestra propia libertad y fue algo que la gente dijo: yo quiero que en México la gente defienda sus derechos como lo hacen ellos. Recuerdo en lo personal cuando vendía el periódico, que me acercaba a un carro para venderles el periódico, -la gente me decía- ¿Cuánto cuesta? -Cinco pesos creo-; deme cinco, no, no, no es un tema económico, es un tema ideológico, tenga uno, lo que queremos es que nosotros podamos vender nuestro periódico.- no, no, de cualquier manera deme cinco-. La gente no tenía claro si el problema era un tema económico o ideológico, pero les gustaba que la gente saliera a la calle a defender sus derechos.

**P: ¿Hablemos sobre la globalización en su diario en términos generales?**

**R.** El fenómeno económico, todavía antes de estar en un Tratado de Libre Comercio, hubo un proceso en donde México 1988-89, todavía le teníamos que comprar el papel a fuerzas a empresas gubernamentales y era una manera que el gobierno podía premiar al fiel a él o apretar a quien sentía que no fuera su amigo; después de muchos trabajos con la Asociación Interamericana de prensa, Alejandro Junco logra y otras personas más que México pudiera importar papel y el después del Tratado de Libre comercio -creo que fue en 89.90- y con esa pequeña figura, te demuestro que la globalización puede ayudar económicamente. Estamos indiscutiblemente bajo el asedio siempre del precio del dólar con respecto al papel, pero podemos comprar placas, podemos comprar cámaras fotográficas, en un mercado donde antes era muy restringido y con altos niveles de barreras arancelarias; a nosotros como empresa nos ha servido mucho tener la posibilidad de acceder al mercado internacional, para comprar insumos y equipos en general para el periódico.

**P: ¿Cuál es el sector del mercado donde mayores beneficios económicos obtienen para su periódico?**

**R:** Indiscutiblemente del mercado privado, no tengo la mezcla, pero te aseguro que más del 95 % de nuestros ingresos, proceden de nuestra venta de publicidad privada, el sector del que obtenemos nuestro beneficio es ese y también los que nos compran

nuestro periódico que son puros privados, habrá alguien que nos compre, una secretaria o alguien que nos compre cinco o diez periódicos, pero el sector es privado punto, nosotros te puedo decir que tenemos muy poco ingreso que provenga de publicidad oficial, muy poco y así estamos muy bien.

**P: ¿En ese sentido se puede desarrollar un periódico sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Nosotros somos una muestra que sí, te voy a decir algo, el periódico *Reforma* va cumplir 25 años, los 25 años se han repartidos utilidades, para que tú puedas repartir utilidades significa; que pudiste tener ingresos superiores a tus costos, haber pagado a proveedores, haber pagado todos tus impuestos, haber dado participación a los accionistas y que quede un remanente a los empleados, un remanente por ley. Somos negocio repartimos utilidades, la pregunta es: ¿Por qué hay tantos periódicos? Porque hay mucha publicidad oficial que se entrega a muchos periódicos y es su medio de subsistencia, en nuestro caso nos sentimos bien, en que estemos fortalecidos y establecidos en un sector que nos beneficia que es el sector privado; a través de la circulación y a través de la publicidad.

**P: ¿Hablemos si la definición ideológica en su editorial, supone un crecimiento en cuanto a sus ventas en *Reforma*?**

**R:** Indiscutiblemente, el hecho de tener una claridad meridiana en que nos servimos a nuestros lectores, que tienen cara desde gran ejecutivo o tienen cara de obrero o tienen cara de médico o tienen cara de mecánico o tienen cara de diputado o tienen cara de sacerdote, tratamos de cubrir a toda esta gran masa de perfiles de lectores; esa clara orientación de servir al lector a través de la credibilidad te genera independencia, es lo que hace que tengamos nosotros el éxito razonable con nuestros lectores. Entonces pegarnos a la ideología de un tercero pues no, el gobierno puede tener la ideología que quiera, a nosotros nos ha tocado trabajar con gobiernos panistas, perredistas aquí en la Ciudad de México, priistas moderados, panistas enojados; la ideología de ellos es la ideología para gobernar, nosotros lo que tenemos que hacer es hacer un espejo lo más diáfano posible, para decirle a los lectores lo que es relevante para su vida cotidiana, ese es el trabajo de nosotros como editores.

Nosotros tomamos nuestra responsabilidad para de un cumulo muy grande de información, tomar lo que el perfil de nuestro elector necesita, lo imprimimos o lo ponemos en las diferentes plataformas electrónicas; esperamos a que ellos nos digan – oye me veo muy bien en este espejo-, -este espejo es lo que necesito-, esa labor tenemos como editores. Pero nosotros realmente observamos periodísticamente la ideología de los gobiernos, porque tenemos que reportarla, ¿Pero nos influye? Yo te puedo decir que prácticamente en nada en nuestra línea editorial; es una tarea muy simple y cuando tienes años haciéndolo, verdaderamente se convierte en algo fácil de realizar, que es cuando estas elaborando el periódico o realizando una agenda informativa, estás pensando en el lector, que es lo que el lector quiere saber. Entonces las ideologías pueden ser de izquierda, de derecha, arriba, abajo, verde o blanca, es algo que tenemos que observar nada más.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo Político**

**P: ¿Cómo considera el ejercicio de la prensa en México con respecto al poder político?**

**R:** Ha habido momentos de prensa independientes y de periódicos que han estado al servicio del poder, creo que en México es un ejemplo claro de cómo el gobierno se ha servido de los periódicos para apoyar su desempeño, para darles la información que quieren dar, para ocultar la información que quieren ocultar, creo que debe de haber más periódicos independientes en México, para poder tener una vía más democrática, más abierta, México necesita más medios independiente en toda la República.

**P: ¿Hablemos si la prensa en México es un intermediario de los intereses del poder político o posee una autonomía en su ejercicio periodístico?**

**R:** Creo que si pudiéramos ponerlos en peso, el peso tiende más, a que los medios en México están cooptados por intereses económicos, empresariales gubernamentales y en probablemente en algún momento políticos; más que estar trabajando para servir al lector, están trabajando para servir a otras entidades y eso no es bueno para el periodismo.

**P: ¿Hablemos sobre la autonomía política en el periodismo y si esta determina el desarrollo, la economía y su estabilidad laboral?**

**R:** Indiscutiblemente, la autonomía del medio es el camino central para que ese periódico, si tiene funcionando bien todos sus procesos, sea un éxito; tiene información relevante para sus lectores, circulación relevante para sus lectores, capacidad de captación de ingresos vía la circulación y las ventas. El periodismo independiente, el periodismo autónomo, genera probabilidades de éxito, siempre y cuando no tenga subsidios del gobierno, porque la otra opción es decir; no me interesa mis lectores, no me interesa la publicidad privada, lo que me interesa es tener subsidios gubernamentales. Entonces se ponen de acuerdo con las autoridades, con las que sea, no solamente gubernamentales políticas y económicas y sus ingresos están basados en favores, en no decir la verdad y no decir la verdad no significa decir mentiras, simplemente no decir la verdad, voltearse en los eventos más relevantes y por eso tienen un subsidio o un ingreso adicional que los hace vivir.

**P: ¿En ese sentido existe temor a perder ingresos y beneficios económicos en pos de esta autonomía periodística?**

**R:** Es preferible perder el ingreso de algún cliente, porque tú tienes que reportar el fracaso de esa empresa, imagínate que sea una empresa de medicamentos y el te quita la publicidad referente a los productos que el produce y distribuye; es preferible tener credibilidad reconocida por los lectores, que ponerte de acuerdo con un solo cliente. Nosotros en *Reforma* tenemos una separación muy clara entre el área de redacciones y el área comercial, el equipo de redacción nunca toma en cuenta la información para los electores si hay una reprimenda comercial y su hubiera con frecuencia no la sabemos; nosotros hemos tenido bloqueos de diferentes marcas, quisiera guardármelas, pero esas marcas han durado poco tiempo, la misma marca determina que el Grupo Reforma donde el Grupo Reforma o sus periódicos este diciendo algo que no es, no nos gustó nuestra propia realidad que refleja ese espejo que se llama *Reforma*. Pero necesitamos estar ahí porque es un gran vehículo comercial, es un gran vehículo para dar a conocer a nuestros productos y de buena suerte todos los que se han ido por un pequeño boicot de lo que nosotros cubrimos, han regresado.

Por otro lado, yo te puedo decir que *Reforma* muy probablemente por su línea editorial, somos incómodos sin tratar de serlo, sin deseirlo con los gobiernos a nivel federal, a veces estatal y municipal; te puedo decir, que tenemos el último lugar de publicidad oficial, creemos, sabemos que tenemos el más alto nivel de credibilidad en México, con el menor nivel de publicidad oficial, no sé si sea bueno o sea malo, nosotros vivimos así, nosotros hacemos negocios así, nosotros tenemos dinero suficiente para enfrentar todas nuestras responsabilidades en gastos, impuestos, etc.

**P: ¿Hablemos cómo se percibe las filias políticas y al mismo tiempo ser objetivo en su ejercicio periodístico?**

**R:** Yo creo que puesta la pregunta así creo que no, si tiene alguna filia o fobia vas a reflejarla como ser humano, eso muy importante que los periodistas, que lo pretendemos en el Grupo Reforma, casi pudiéramos, casi insisto en eso; pudiéramos entrar como entre hoy hace rato a la oficina y quitarme el sombrero ideológico y colgarlo en un gancho, porque somos seres humanos. Pero debes de tener una disciplina periodística y la disciplina periodística no te dice: no tengas manera de pensar autónoma, es cuando le hables a lector hábleme con balance, háblale con una realidad diáfana, date a escribir al máximo la visión general de la escena. Esa es una exigencia, nosotros en la información, hacemos información, no hacemos editoriales, claro que no solamente se puede, se debe de tener y uno como director de una organización periodística, debes estar revisando y pensando cuando de una manera u otra tus periodistas empiezan a sobre poner sus puntos de vista sobre la información, eso no vale en nuestro modelo periodístico.

**(P: ¿Considera real la separación del ejercicio periodístico con respecto a las instituciones políticas y gubernamentales?)**

**R:** En nuestro caso sí y eso es simple y sencillamente es algo donde tu estas educado y alambrado, tú no puedes ser director de un periódico, sé que en España donde tú estudias es diferente y se vale, un periódico se determina monárquico o no monárquico y ya, mientras se diga no hay problema; en nuestro caso no, no somos panistas, ni priistas, ni perredistas, ni del frente, pretendemos presentarle a la gente la fotografía más diáfana de la realidad nacional en cualquiera de los ámbitos. Pero insisto, no es que sea bueno, depende de cuál sea tú modelo, quiero dejarlo claro, tú te encuentras con periódicos norteamericanos que claramente dicen: yo no soy republicano soy

demócrata. La gente los lee con ese filtro perceptual, nosotros nos arriesgamos a decir somos independientes.

**P: ¿En términos generales existirá en México esa autonomía? R:** No, porque los periódicos, la mayor parte de los periódicos con énfasis, dependen sus tesorerías del ingreso publicitario oficial, entonces no pueden estar tomando decisiones autónomas.

**P: ¿Existe en el periodismo mexicano influencias de organismos externos al propio sistema político: ONG, instituciones financieras, etc.?**

**R:** Todos tienen influencia, en un día puedo ver a gente de ONG dedicadas a temas de la infancia, dándonos sus puntos de vista, retroalimentado al periódico, probablemente reclamando algún tipo de cobertura del periódico, como también puedo ver a los banqueros el mismo día, como cualquier partido político, como medio somos altamente influenciados para obtener información y nosotros decidimos al final, con las responsabilidad de darle información relevante a nuestros lectores, que ángulos llevar, que notas llevar, etc; pero claro que influyen. El tema es, una cosa que vengan a tratar de influirte y otra cosa que vengan a ordenar, el ordenamiento viene cuando hay de por medio una contra prestación, si depende tú próxima nómina de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el viene y te dice: tema es así, pues vas y lo haces como él lo pide, si no, no pagas tú nómina.

**P: ¿Hablemos si la imagen del periodista como figura pública, se contrapone a su objetividad y profesión, tenemos un periodismo politizado en México?**

**R:** Yo creo que esta respuesta te la pueden dar ahora las transparencia y a veces la rudeza de las redes sociales, te encuentras como la gente puede diseccionar el cuerpo de periodistas influyentes en México, con casi asociarlos a algunas entidades o grupos gubernamentales o algunos partidos; creo que indiscutiblemente hay algunos periodistas independientes en México, pero creo que hay demasiado dinero público, manchado la labor periodística. Quiero ser claro aquí, el que un periodista de un servicio a otro, porque pase una cobertura o algo, no es un asunto ilegal, es un asunto que tiene que ver con la manera que deciden hacer periodismo y no solo es dinero, son contratos, es prestar condiciones de servicios que no tiene un mexicano común y corriente, que es carros blindados, puestos por procuradurías sin pasar por el sistema de soporte de los periodistas, sino como un favor o guardias o lo que fuera. Pero hay periodistas



independientes claro que hay en México, pero habría más, mucho más; sino no hubiera dinero, esa tentación nubla al periodismo en México.

**P: ¿Cómo se percibe la separación entre un reportero y un comentarista y por último hay una pluralidad informativa en México?**

**R:** Yo creo que sí hay diferencia entre un reportero y un comentarista, generalmente las notas que publican los diarios en la ciudad de México, son notas informativas, no son notas editorializadas, que esa nota informativa se estén entendiendo de un lado u otro pero con información es otra cosa; yo creo que si hay la comentariocracia (sic) y el reportar un evento, creo que sí hay una separación.

**P: ¿Existe una pluralidad informativa en México?**

**R:** Creo que sí, no hay tema en México que no sea tocado, habrá medios que no los tocan, pero poniéndome yo en la bolsa general de periodistas o en medios, creo que en México si hay una pluralidad informativa tu puedes ver el servicio que hace La Jornada precisamente, un servicio hacia un cliente muy específico, *el Excelsior* tiene su propia electores, *El Universal*, *Milenio*, *Economista*; yo creo que si hay una pluralidad informativa.

#### **Núcleo temático 5.- Institucional Política.**

**P: ¿Hablemos si la prensa en México representa a nuestra sociedad?**

**R:** No, “*sorry*” que lo diga, pero la prensa en México no representa a sus lectores, no en el sentido que los lectores sean los que den la información, sino el respeto a sus lectores, creo que la prensa con mayor frecuencia atiende a otros intereses más que a su lector.

**P: ¿Se puede llevar una empresa periodística que brinda un servicio social y al mismo tiempo ser una empresa comercial?**

**R:** Si, totalmente, de hecho el lector reconoce muy bien eso, si tú ves el Reforma como fue ayer, el desvió de dinero de parte las Secretarías por donde ha pasado la Señora Rosario Robles, que es una nota política muy directa y tú puedes encontrarte en cultura un evento de ballet que va a venir a México, que es muy importante para todos y muy probablemente te encuentres en la sección de ciencia, el desarrollo de una nueva vacuna y te encuentras en ciudad de cómo se está habilitando un parque, la mezcla de toda la información, tiene indiscutiblemente un valor social, lo malo que cuando se habla de eso -te lo digo por años de experiencia-, es como que todo quisiera que fuera así, es

como una nota parroquial. No, el periódico puede dar también política dura, es como por ejemplo, tendencia y suicidio en el mes de diciembre, si es nada mas eso, si es una nota dura y solo representa una situación que está pasando en México; pero si además de eso esa nota incluye, que hacer y como reconocer si algún cercano tuyo tiene ciertas orientaciones al suicidio, ya se convierte en una nota que tiene un interés social y si además de eso dices en qué lugares, ya que lo reconociste, a donde puedes ir para que te ayuden y puedas resolver ese problema, ya lo haces más social. Lo que pasa que cuando los teóricos de esto, quieren que sea un periódico que tenga una responsabilidad social, es que lo quieren convertir en hoja parroquial, eso no va a funcionar, no lo van tener nadie; mezcla tiene que ser información dura y que te ayude a tomar decisiones y que te mejore el nivel de vida, es por eso tan democrático un proceso periodístico, porque la democracia a final de cuentas es la toma de decisiones por la mayoría para administrar el bien común. El periódico es la información general, para que tú puedas vivir, convivir y tomar decisiones en tú vida diaria, para tener una sociedad abierta y disciplinada, con buena toma de decisiones.

**P: ¿Reforma se basa en los pilares del liberalismo americano?**

**R:** En sentido libre mercado si, en el sentido al respeto entre las personas, pero respetando la libertad individual también, si tomáramos esos dos, el libre mercado y el respeto entre las personas indiscutiblemente. Pero además, no es liberalismo americano, es el modelo americano, nuestro periódico tiene una estructura de negocio, mucho más cercana al periodismo americano que al periodismo europeo, somos un periódico que vive más de la publicidad que de la circulación; en Europa no viven tanto de la publicidad sino de la circulación, somos más americanizados hasta en el formato, pero así hemos vivido siempre.

**P: ¿Considera al periodismo como el guardián de la moralidad profesional en los medios de comunicación?**

**R:** No creo, el periodismo tiene una serie de valores, muy aproximados a la moral, que es la verdad, que es el respeto de los unos a los otros, el respeto a entregar un producto del valor al costo del que tú pides que el mercado te regrese, pero no creo que sea una responsabilidad moral, yo creo que cada quien tiene una responsabilidad de cómo crear su moral social; a nosotros nos toca de tomar una fotografía diaria y hacia adelante de cómo va el país, esa es nuestra responsabilidad y si con eso nosotros abonamos a una

moral pública positiva bien, pero yo creo que lo periodistas no tenemos el cerrojo de la moral.

**P: ¿Cómo percibe la crisis del periodismo que atraviesa actualmente, con respecto a las nuevas tecnologías y su servicio social?**

**R:** Yo quisiera verla más desde un punto de vista como crisis en la operación diaria desde la manufactura del periodismo, verdaderamente hay una lucha entre el periodismo diario y el periodismo de la inmediatez, tanto de la web como en la redes sociales; tú te encuentras en una redacción, que amén de que tu información pueda salir en diferentes plataformas, te encuentras con la disyuntiva, tengo una nota muy buena, pero la libero ahorita a las 10 de la mañana para tener un brinco en las redes o en la web o me espero hasta mañana, yo la tengo en exclusiva nadie la va saber. Hasta en ese tipo de preguntas dan dolores de cabeza en este momento, a quien sirves a la inmediatez a al periodismo reposado del día siguiente; cosas de ese tipo, yo creo que la crisis es crisis económica, más que crisis de periodismo, el periodista es un tema hasta de configuración de negocio, la pregunta central para mí de la crisis es ¿Quién va a pagar el periodismo responsable, el periodismo profesional? Si *Reforma* a las 5.01 de la mañana sube a sus plataformas electrónicas del periódico, a las 5.1, ya pierde la paternidad de todas sus exclusivas, a las 5.10, escuchas en los noticieros las notas y que nunca dijeron la fuente; y nosotros pagamos el costo de esa información y no solamente ahora, antes era la radio, sino también las redes, cualquier agregador (sic), toma el trabajo de nosotros y genera un producto diferente y nosotros no recibimos un centavo y tenemos que pagar a todos ese grupo de periodistas para hacer un periodismo diario y responsable, esa es una gran crisis. Antes, me guardo el nombre de quién, un gran empresario en radio decía que para hacer un buen noticiero matutino de radio en la ciudad de México, se necesita cinco pesos. ¿Y para que cinco pesos? Para comprar *Reforma*. Y de ahí te “fusilaba” todo, en aquel tiempo con un mercado así de grande, pues hasta orgullo te daba, ahora que hay problemas económicos, que hay menos masas económica en el mercado, pues dices espérame; a ti te sale en cinco pesos, pero a mí me sale una millonada tener 300 personas en la redacción.

**P: ¿Considera que los ingresos en publicidad privada o pública, determina el grado de profesionalidad, en su diario?**

**R:** Si, si tú estás siendo un vehículo de difusión, de alguien que te paga o alguien que te sostiene tú operación, pues es un periodismo muy limitado, eres un difusor; si haces un periodismo independiente, te conviertes en un generador de información, más allá de lo que te encuentras, tú la agarras, la curas, la enriqueces, le metes contexto, etc. Si vives de la publicidad oficial, en su mayor parte el periodismo es malo, es menor el servicio a la comunidad, al lector; si el periodismo es independiente es mayor, punto, creo que es lineal.

**P: ¿Hablemos del empoderamiento y la concentración de empresas periodistas en México?**

**R:** Yo creo que está muy atomizado en grandes grupos, el Grupo Reforma es el más grande, tiene su propio estilo de trabajo, normas, etc. *El Universal* es un periódico grande, *Excélsior* es un periódico grande y más incluyendo todo su equipo de televisión, Milenio es mediano, menor que estas tres que te estoy diciendo. No creo que haya una gran concentración, yo creo que es más, pululan los periódicos en México, no hablo de concentración, hablo que hay una selección natural de periódicos y medios de comunicación derivados del servicio directo a su audiencia o a sus lectores, no a suministros del Gobierno Federal, Estatal o Municipal; imagínate, si mal no recuerdo fueron 32 mil millones de pesos que el Gobierno Federal gasto el año pasado, si esos 32 mil millones no estuvieran en el mercado, quien hubiera subsistido, no hay 32 mil millones para el año que viene para los medios, que subsista quien tuviera que subsistir y habría una selección natural en el mercado.

**P: ¿Cuál sería el papel del Estado en un sistema mediático capitalista?**

**R:** Yo creo que los Estados tienen derecho a tener un agencia del Estado, para decir las cosas que ellos tienen que decir, es relativamente normal tener un medio no solamente propagandístico, sino manejar la orden de la información; lo que sí el Estado no debería de influir en los medios, no debería de ordenar en los medios, no deberían los medios acatar líneas gubernamentales por favores económicos, yo creo que los Estados deberían dejar libres a los medios, que sobrevivan como tengan que sobrevivir y no estar inyectado dinero al mercado de una manera falsa. Tan cierta que si lo hacen, falsa en virtud de que deterioran el mercado, desvalanzan (sic) el mercado, generan una

imperfección del mercado, en la industria, que no hacen en otros sectores, el mercado tiene que subsistir por su mercado, no por favores gubernamentales.

**P: Algo más que quisiera usted agregar.**

**R:** Agradecerte tu interés en *Reforma*, tu interés para la prensa en México, que hubiera medios independientes, que no hubiera este desproporcionado gasto de publicidad, tercero; al no haber ese dinero de manera extraña en el mercado, habría una selección natural por parte de las audiencias, de quienes deberían quedarse y existiría un perfeccionamiento en los competidores, que compitamos en el terreno de hacer periodismo y no en el terreno de hacer prebendas.

**Entrevista 2.-**<sup>434</sup>

### **Núcleo temático 3.- Normatividad Institucional y Estructura Legal del Medio Impreso**

**P: ¿Cuáles eran las circunstancias legales en las que inició el diario *Reforma* sus actividades?**

**R:** Cuando surge *Reforma* en el año 1993, ya nosotros teníamos vigente la ley sobre delitos de imprenta, y el marco fundamental que es el artículo 6º y 7º constitucionales, ya vigentes en aquel entonces; en aquellas fechas, había una regularización más fuerte en cuanto a los comunicadores en el ejercicio periodístico, básicamente son los dos fundamentos legales que regulaban en aquel entonces. Estamos hablando sobre la ley de delitos de imprenta, que data desde 1917, que al día de hoy se mantiene vigente y el artículo 6to y 7mo constitucional, que posteriormente tuvieron reformas; pero básicamente esos eran nuestros ordenamientos que regulaban el ejercicio periodístico y también la parte civil por lo que respeta a unas cuestiones o alusiones al daño moral. Básicamente esos son los ordenamientos que existían en ese entonces.

**P: ¿Hablemos sobre las leyes que existen en nuestro sistema político, con respecto a las actividades sociales que realiza el diario *Reforma*?**

**R:** Tenemos algunas unas que inciden con algunas otras regulaciones que podrían aplicar para cualquier giro de otras empresas o negocios, como son obviamente las de carácter comercial, como es el código de comercio, la Ley General de carácter

---

<sup>434</sup> Gerente del Departamento Jurídico del Corporativo Grupo Reforma. (Katie Santaolaya). Bloque Temático: Estructura Legal y Normatividad Institucional.

mercantil; que a final de cuentas son comunes o convergen con las sociedades en general y en particular sobre las prestación de los servicios informativos. Ya tenemos algunas otras más específicas, como son la Ley de la Propiedad Industrial, por lo que tienen que ver obviamente al tema de marcas y la Ley Federal del Derecho de Autor; la cual tiene una gran relevancia, porque la materia prima como periodistas, es precisamente la creación de una nota que en México tiene la protección como si fuera una obra literaria, además de los contenidos de nuestros editorialistas. Al final de cuentas sus creaciones gozan también de esa protección, pero además la parte del la marca del nombre Reforma, que además es un nombre muy distintivo; pues siempre hemos procurado que se mantenga vigente el registro, es muy importante para nosotros y también la parte de la reserva de los derechos de autor, que esa es una regulación muy específica, en México por ejemplo, las cabezas de nuestras columnas están protegidas y de nuestros contenidos editoriales que se mantienen protegidos en el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Este tipo de legislación o normativa son muy específicas para medios de comunicación, digamos que son las que nos rigen prácticamente.

**P: ¿Hablemos como es la percepción sobre el marco legal que existe en México sobre la labor periodística?**

**R:** Hay un parte aguas sobre la regulación que te acabo de mencionar, porque bueno, si es un marco regulatorio muy específico, te podría decir que hasta cierto punto de vista, este marco regulatorio es joven y estamos hablando de nuestra base constitucional, vuelvo repetir el art 6 y el art 7mo, que tienen su relevancia en la libre manifestación de las ideas con su restricción; que es en el caso no puede ser limitado, salvo que exista un ataque a la moral, etc, y de ahí derivaría un ordenamiento que ahorita te voy a mencionar, pero este es nuestro marco constitucional.

**(P: ¿No es viejo o desfasado este marco constitucional?). R:** Tenemos un siglo exactamente, pero de alguna manera ha tratado de retomar algunas cuestiones que estaban en otras legislaciones, por ejemplo; la ley sobre delitos de imprenta, penalizaba, -que es algo bastante delicado, ahora no llama la atención como pudiera ser un delito-, penalizaba la expresión maliciosa, así tal cual lo dice, la expresión maliciosa que pudiera incidir en el honor de las personas, etc. Anteriormente la réplica estaba llevada a esa ley, la Ley sobre delitos de imprenta, tomaba la parte sobre el ejercicio del derecho de réplica, en el 2015, esa parte del derecho de réplica se lleva de manera

constitucional, al artículo 6to Constitucional al párrafo 1ro y ahí viene la parte la parte muy reciente de la Ley el Derecho de Réplica; estamos hablando del 2015, con esa adición al artículo 6to Constitucional párrafo 1ro, se crea la Ley Reglamentaria del Derecho de Réplica, que es del 2015. También tenemos otros instrumentos que son a nivel federal, la Ley de Protección a los Defensores de Derechos Humanos y Periodistas; si quieres abundamos más en ella y básicamente, estamos hablando de a nivel federal de ese acotado margen legal, a nivel local en la ciudad de México en el 2012, se adopta la Ley General a la Protección a los defensores de Derecho Humanos y Periodistas, muy similar a la federal la adoptamos en la ciudad en la México. A nivel local tenemos la ley al secreto profesional de los periodistas y también tenemos la ley sobre el derecho la responsabilidad civil de las personas a la vida privada, al honor y a la imagen propia de las personas.

**¿Ustedes tienen reglamentos locales que no están en la Constitución Federal? R:**

Así es, de hecho hay alguna regulación como por ejemplo, la Ley del Secreto Profesional de los Periodistas, que no las vas encontrar tan general o tan específica en la Constitución. En la Constitución podemos hablar el derecho al trabajo, a la manifestación de las ideas, a la libertad de expresión, pero no a ese nivel; al final de cuentas son ordenamientos que están regulando el ejercicio de la libertad de expresión o la manifestación de las ideas o del artículo 7mo constitucional con el tema que tiene que ver con el trabajo, hacer de ese mecanismo de protección de las fuentes de los periodistas. En particular esa ley del secreto profesional de los periodistas me parece muy relevante, que tal cual señala a nivel de marco legal, la negativa o el derecho que tienen los periodistas a presentar sus fuentes y además también a reservarse su fuentes y a evitar presentar los soportes de sus investigaciones.

**¿No están obligados a presentar sus fuentes, ni los documentos de tipo jurídico? R:**

Exactamente, cuando un autoridad ministerial los requiere para llevar a cabo sus investigaciones, incluso no son los idóneos; sin embargo, su aplicación, respecto a estos instrumentos legales, son los que no necesariamente, digamos son compatibles con lo que está establecido en dichos ordenamientos.

**P: ¿Hablemos sobre a ley de libertad de expresión que existe en México, describe la situación social por la que atraviesa el país?**

**R:** No, definitivamente, la situación social que vive el país, me parece que es algo que esta rebasado y que a final de cuentas ha ido de alguna manera, hemos visto que no es suficientemente y lo vemos obviamente en la agresiones a los periodistas y a los reporteros. Yo creo que la situación tal cual a lo que vive al día de hoy, al final de cuentas si es tema de preocupación en materia de derechos humanos; precisamente uno de esos derechos humanos o derechos fundamentales es precisamente el ejercicio del periodismo de la libertad de expresión.

**P: ¿En ese sentido, cuál crees que sea la relación de la prensa en México con ese valor?**

**R:** No podemos dejar de hablar de libertad de expresión y ejercicio periodístico, van de la mano, pero además en la medida que ese derecho a la libertad expresión se respete, vamos a tener protección también para los periodistas; es una garantía para ellos y que esos mecanismos incluso legales los apoyen.

**(P: ¿Tú crees que este marco regulatorio determina su ejercicio periodístico, es decir limita la profesionalidad del diario?).R:**

De todos los periodistas, sin duda alguna creo yo que lo limita (...), porque es algo que hemos vistos en algunas manifestaciones de los propios periodistas, que ellos no tienen las garantías suficientes para llevar a cabo el ejercicio periodístico, su labor periodística; si lo limita definitivamente, porque final de cuentas los reporteros o periodistas aunque son muy temerarios, tienen esa naturaleza temeraria, al final de cuentas no dejan de sentir su vulnerabilidad, ante situaciones como agresiones de las cuales han sido víctimas y se encuentran con leyes, como es la ley de mecanismo de protección a los defensores de derechos humanos y periodistas. Que llevados a la práctica, encuentran que son mecanismos muy complicados, porque tienen una estructura bastante compleja, incluso para valorar una situación de riesgo y que hace de alguna manera que los periodistas sientan, que el día salen, todos los días que sales a buscar una nota no va haber esa protección legal como tal; ni los instrumentos legales como tal porque en verdad son complejos, como están estructurados los propios instrumentos legales como la propia Ley de Protección de los Defensores de los Derechos Humanos y Periodistas, no da para efectivamente garantizarles su seguridad. Claro que incide en ese sentido, obviamente



también de tener más restricciones ellos, algunos excesos de pronto a lo mejor también de algunas situaciones de los propios políticos, que se sienten vulnerados en sus derechos morales y que de pronto bueno; alguna denuncia o demanda por una cuestión de daño moral, donde estas requiriendo al periodista se presente, porque ya estas demandando al periodista, ya tienes a un periodista, que lejos que esté llevando a cabo su labor periodística, está parado en tribunales.

**P: ¿Hablemos de la influencia ideología del modelo neoliberal influye en directrices legales en la prensa escrita en México?**

**R:** Si, definitivamente ese es un hecho, si tiene gran influencia, me parece ese mismo modelo económico de alguna manera estamos viendo unos cambios en las publicaciones impresas, definitivamente si tiene una influencia.

**P: ¿Son positivas o negativas? R:** Yo creo que al final de cuentas, podríamos decir que simplemente montarte al cambio de ese modelo económico, yo creo que tiene sus grandes virtudes, ese cambio económico que incide incluso en la forma de comunicar; porque de pronto encontraos que ahora los medios digitales, vienen a ser de una manera una alternativa de los medios impresos, tienen su parte social, por ejemplo, en nuestro caso nos hemos subido a esa transformación que además si viene de ese modelo económico. Tiene esa parte social de poder comunicar, de llegar a más lugares donde quisiéramos estar por ejemplo, bajo una prensa tradicional; yo creo que no lo vería como algo negativo, lo vería como simplemente, es un suceso que definitivamente incide, ahí viene los retos de los medios de comunicación para estar subidos a ese cambio.

**P: ¿Algo más que quiera señalar?**

**R:** Te agradezco la entrevista, solo señalar que la labor periodística es una labor que en nuestro caso los defensores en este caso de los periodistas, nos pone de alguna manera con situaciones que nos hacen replantear sobre nuestros instrumentos legales y cuando por ejemplo, ves la impotencia y la vulnerabilidad de los reporteros que de pronto sufren agresiones, te hacen replantearte, si en verdad esos instrumentos legales podrían ser más eficientes, pero además el papel de las autoridades que es fundamental para la defensa.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

#### **P: ¿Cómo se percibe la ética profesional del periodista en México?**

**R:** Bueno es un tema muy complicado, en términos históricos por decirlo, hace algunos años, algunas décadas, las carreras de comunicación y periodismo siempre se ha tenido a la ética como algo muy valioso, sin embargo, en la práctica es muy común, bueno era prácticas que no son éticas, por ejemplo, recuerdo que estando en la universidad, incluso había periodistas que iban a dar conferencias y hablan de cosas muy concretas, de algo que se conoce como el “chayote”, el dinero que se le da a un periodista para cooptarlo y entonces en las clases de periodismo decían que eso no debía ser, pero luego iban algunos, no todos, pero algunos periodistas abiertamente a decir que no pasaba nada, que así eran las cosas y que debías de aceptarlo siempre y cuando no te corrompieran, ósea un absurdo. Por digo que es un poco complicado, porque a nivel del deber ser, por supuesto que toda ética es importante, en cuanto a formación ética, pero las prácticas no éticas han sido muy extendidas, yo tenía la impresión que después de los años 90.95, después un proceso que se vivió de cambio en México, creo que sí bajaron, creo que si el periodismo mexicano se volvió en términos reales más ético, muchos periodistas, muchos medios etc., Pero en los últimos años, me parece que se vuelto a normalizar ciertas prácticas no éticas .

#### **P: ¿Se podría decir que regresamos a lo que antes era ese sistema a lo que teníamos antes a esta ética?**

**R:** No es regresar por completo, sino es de pronto darnos cuenta que cosas que creíamos superada, por lo menos en la mayor parte del periodismo mexicano, que no en todos, en algunos estados, en algunas ciudades, pero pensar que ya habías salido de eso y de pronto ver que esas prácticas continúan con distintos matices, es lo que podría decir desde mi punto de vista.

---

<sup>435</sup> Ficha técnica: Diana lucía Álvarez Macías, edad 48 años, lugar de estudios UCM, cursos de periodismo, cursos en el ITAM, maestría en la universidad de Andalucía, otra maestría en UCM y Lic. En comunicación social, en la UNAM, cargos en el diario, responsable del taller de redacción periodística para selección de personal, trabajo para el Norte como reportera, reportera nacional, corresponsal en España, coeditora en economía, política cultura y dirigió la escuela interna capacitación y desarrollo. Años de trabajo desde el 1993, actualmente dirige la escuela interna en México y Guadalajara.

**P: ¿Cómo se percibe al periodista con respecto a otras profesiones, es decir en qué nivel lo podemos poner con respecto a un abogado, a un médico, a un policía?**

**R:** Yo creo que hay que hablar de percepciones y estereotipos, durante muchos años al periodista se le percibía como personas no profesionales, como las personas que no pudo ser otra cosa que ser periodista, había la imagen desde el periodista borracho, bohemio, etc. Creo que hubo una profesionalización del periodismo a lo largo de la década de los 70, 80, 90, donde incluso se abrió en México la escuela de comunicación y periodismo. Y entonces se empezó a ver al periodista profesional y hubo un gran auge, combinado también con la visión de (...), pero muchos periodistas son corruptos, muy asociados, cercano a los políticos, insisto, viene ese cambio y la percepción mejora muchísimo, hay cosas que han contribuido, por ejemplo; en concreto, hablando de primero el Norte, el primer periódico del Grupo Reforma en Monterrey, tiene una profesionalización ruda y muy práctica, en donde se contrata para ser periodismo a gente egresada con una licenciatura, en ese caso es fundamental, que le da formación interna. Por ejemplo, en el Norte empezó a haber el taller de redacción periodística (...), una maestra proveniente de Estados Unidos, precisamente fue la primera mujer en Estados Unidos que logró un doctorado en periodismo, ella desarrolla todo el proceso de capacitar de profesionalizar en Monterrey a los periodistas, en la ciudad de México hubo algunos intentos (...) y viene todo este gran movimiento para la profesionalización, esto ayuda a la percepción y la misma sociedad ve al periodista más profesional como alguien más serio, como alguien titulado, etc.

Y la parte de la corrupción fue lo que más trabajo llevo cambiar. Por parte del grupo Reforma, para la formación del periódico, si fue un momento muy interesante, que me tocó a mí recién egresada de la universidad, en donde por ejemplo yo pensaba al terminar la carrera, que el periodismo, dedicarse a ser periodista, reportero editor era un tema donde había demasiada corrupción y me toca a mí el lanzamiento *Reforma* en un proceso donde invitan a gente joven, donde me tocó a mí participar y la propuesta que hace el grupo, precisamente una propuesta muy ética, muy seria, en donde nos dicen a los jóvenes egresados, aquí está prohibido corromperse, está prohibido recibir dinero, regalos, prohibido mentir, toda una serie de valores éticos en qué consiste nuestra estructura y me enamora -y digo “wow”, entonces sí se puede-. Entonces surge *Reforma* en 93, tiene un gran éxito porque viene con esa posición ética muy seria, muy distinta y

donde además profesionalmente, respetando al profesionista, es decir, un salario profesional, muy buen salario, muy buenos contratos laborales, una exigencia ética muy fuerte en su formación, no lo digo yo, si no personas lo han dicho, viene un parte aguas en la profesionalización del periodismo en México y al estructura ética y además de un periodismo rentable, en el sentido que no necesita vivir del gobierno.

**P: ¿En ese sentido nunca *Reforma* contrata a periodistas de medio tiempo, para vender publicidad? ¿Cómo es la dinámica de contratación, con respecto a lo que se había conocido antes?**

**R:** La dinámica de contratación es muy clara, *Reforma* contrata, bueno hay dos vertientes, recién egresados, es decir, se apuesta mucho en la gente joven, obviamente que no tenga experiencia en otros medios o en otras situaciones donde pueda haber prácticas de corrupción y entonces gente muy joven que se forma dentro de la institución y que empieza a trabajar y se desarrolla dentro de la institución con estos lineamientos y por otra parte profesionales que ya con experiencia en algunos otros medios, pero es probado que no tienen problemas éticos, es decir, cuales son los valores fundamentales que desde el programa de formación inicial, se trabajan, se determinan como una exigencia, no es si vas trabajar en *Reforma* tienes que... El valor de la independencia, la independencia económica te da independencia editorial, el periodista en *Reforma* vive de su sueldo no tiene que andar vendiendo sus notas en varios medios o ver cómo consigue más recursos, una cosa fundamental que el periodista tiene que recibir un sueldo profesional un sueldo digno, para que no tenga que trabajar en otros lados, por eso exigimos que debe de trabajar en exclusiva para nosotros para garantizar eso.

Supongo que ya has hablado con personas sobre el financiamiento, *Reforma* no vive del financiamiento público, otro es el asunto de la credibilidad, para nosotros es fundamental tener estrategias y tener normativas muy claras, que permitan que el periodismo que hacemos sea completamente independiente y genere credibilidad. Por ejemplo, no compramos información no compramos exclusivas, jamás hacemos intercambio de información con dependencias, las fuentes deben de ser muy convencidas, muy claras de cómo es el proceso de redacción periodística, de investigación periodística, no engañamos, reservamos la información, el anonimato exclusivamente en aquellos casos donde se vea amenazada la vida, la seguridad o el

trabajo de una fuente y tiene que ser algo muy controlado, lo tiene que validar el editor, el director para que no haya posibilidades de hacer algo mal con esa información. Tenemos una separación muy clara, como principio ético entre lo que es comercial y lo que es editorial, desde lo que te comentaba acerca de los edificios trabajamos separados, no tenemos esa relación que tuviera una implicación, un reportero, un editorial del *Reforma* jamás va vender publicidad, está prohibido, es imposible, precisamente para garantizar la independencia del reportero, si yo no tengo un buen sueldo entonces tengo más posibilidades aceptar algo, si yo tengo buen sueldo, si yo tengo políticas muy claras es algo más sencillo que me permitan hacer mi trabajo de forma correcta.

Buscamos también como principio ético, que nuestros periodistas, que nosotros como periodistas tengamos claridad que el periodismo es una actividad fundamental para la sociedad, es decir, tenemos una responsabilidad social de informar de forma correcta, directa, clara oportuna, veraz. Que otro de nuestros principales valores... No trabajamos con la competencia, es decir, no armamos equipo como es común en el periodismo mexicano, de bueno pásame la nota o te intercambio información no, la idea es tener el máximo de control de calidad de la información.

**P: ¿Cuál es el nivel educativo y la profesionalidad aquí en el diario *Reforma*, existe una proporcionalidad actualmente?**

**R:** En general la principal fuente de contratación de reclutamiento es nuestro taller, es nuestra convocatoria anual, recibimos aproximadamente más 1100 solicitudes y se quedan para el taller 40 y luego de esos 40, yo creo que contratamos 35, 38 la mayoría se queda siempre y cuando pases el taller y veamos su capacidad, para entrar al taller tienes que tener licenciatura o estar a punto de terminar la licenciatura.

**P: ¿Desde cuándo existe este tipo de entrada oficial?**

**R:** Desde que se fundó *Reforma*, yo soy fundadora *Reforma* y entre con el primer taller en el 93, pero *el Norte* hace eso desde que la doctora Garner empezó si no me equivoco en los años 70, es uno de los grandes giros que el Lic. Alejandro Junco dio a su visión del periodismo, de profesionistas, debe de haber alguna excepción de personas con carrera trunca, o que no hicieron licenciatura, pero hicieron alguna especialidad, pero son casos contados, siempre el nivel en el caso de *Reforma* son tanto de diseñadores, reporteros, fotógrafos, en fotografía es un poco distinto, por ejemplo, porque no hay una

licenciatura en fotografía, entonces hay un fotógrafo que es biólogo y que se ha dedicado a la fotografía periodística, pero en general la mayoría tienen nivel licenciatura, hay algunos nivel maestría y otros pocos cuentan con doctorado como yo.

**P: ¿Qué opina de la creación de un instituto, de una comisión que regule la ética profesional del periodismo en México?**

**R.** Tengo una opinión personal, yo no considero que un instituto pudiera regular la ética de los medios o de los periodistas, es un punto de vista muy personal, como una policía del reportero, finalmente la ética es algo que debe ser compatible asumido por la persona, porque aunque tengas un instituto que regule, finalmente si el reportero no tiene esa ética muy clara cuales deberían ser sus valores, se podría generar un problema administrativo y no sé en qué sentido podría ser ese instituto regulador, orientador o sancionador. Yo me atrevo a decir que no podría, yo creo que los medios de manera responsables, pensando por ejemplo en *Reforma*, yo desde que entre el tema ético siempre ha sido central, siempre ha sido de los cursos básicos del trabajo diario, no puedo decir que nadie ha cometido errores éticos, pero cuando ha habido y se ha demostrado la persona termina saliendo del periódico, que sí ha habido algunos casos, es motivo de despido si son, un instituto externo que venga a regular formación ética se me hace muy personal.

**P: ¿Considera que existe una autonomía profesional en el ejercicio periodístico en México?**

**R.** Hablar del México es muy complicado, es decir, si y no, depende de que medios, hay medios que no la tienen, claramente no la tienen y que sus propios periodistas lo dicen y hay otros medios que sí. Yo puedo decir que en términos del *Reforma* que existe esa autonomía profesional y que esa autonomía profesional está garantizada y sustentada por la estructura del sistema de la propia empresa, no es algo que se conceda, está garantizada, pero muchos otros medios creo que no, por eso creo que a nivel de medios más pequeños tal vez, donde hay medios que incluso no son periodísticos, sino mas bien negocios, ahora en elecciones surgen muchos medios que buscan captar la atención publicitaria del gobierno de los propios partidos, en mayor o menor medida profesional, pero en otros medios si es importante tener una autonomía profesional.

**P: ¿Considera que la ética profesional del periodismo en México posee principios liberales del capitalismo americano?**

**R:** Creo que en México se pueden ejercer, es factible, pero es decisión de cada medio o periodista, si me preguntas libertad de expresión en México hay, si la hay si la quieres ejercer, porque si la quieres ejercer, depende de los proyectos de negocio que tenga el propio medio, puede ser complicado o no, eso es independiente.

**P: ¿En ese sentido, esta ética profesional de periodista está basada más en el ejercicio real de su trabajo que en filias políticas o partidistas?**

**R:** Considero que a nivel de estructura, está basada en estos principios más que en filias, es decir, afortunadamente, en este caso que hablamos, considero que hay una estructura bien definida, se persigue, se busca, se ejerce la objetividad, dentro de los cursos de la formación que damos, es un valor muy importante; dividimos de forma muy precisa lo que es la opinión y lo que es la información, para que el elector la tenga clara, pero cuando hablamos de objetividad, no podemos lograr la objetividad al cien por ciento, porque somos sujetos, pero la tenemos como un valor a alcanzar y trabajar. Al nivel individual puede ser variable, es decir, creo que la mayor parte de los periodistas en México por lo menos al nivel de formación, si buscan esa independencia de criterios, no vinculada a partidos, es decir, en México creo que sí está como un valor el periodismo no de causa, sino un periodismo más objetivo de libertad de expresión.

Por ejemplo, esto es una opinión personal, en España está mucho más claro, el periodismo con causas ideológicas y con corrientes incluso económicas, creo que en México salvo un bloque que este con el gobierno, creo que no es así, sin embargo; a nivel individual también existe libertad de que cada periodista tenga las condiciones que considere correctas, sin embargo, en su trabajo, si trabaja la información, hay estructura, reglas del trabajo de redacción de investigación, para que no caiga en la susceptibilidad que se pida o en la escritura subjetiva. Porque insisto, no puede ser completamente objetivo, hay controles, de fuentes, de redacción y de pronto algún reportero o algún lector, algo que nos indique, algún reportero, algún editor está publicando, sin estos criterios de calidad, entonces se revisa, se habla con esa persona y si ve si está bien su trabajo o si hay que ajustar algunas cosas y ajustar no es que cambie, si estas poniendo

estas perspectivas en que te basas en esto o esto, no está basado, no tienes información, pues entonces trabaja por conseguirla.

**P: ¿Se percibe la actividad del periodismo como servicio público, se considera un servicio público a la sociedad el diario *Reforma*?**

R: La información si es un servicio público, entendiendo un servicio público como un ejercicio profesional indispensable para el desarrollo correcto de la democracia en México, si por supuesto, servicio público; si se entendiera como la obligación del Estado de financiar con recursos públicos, ahí no estamos de acuerdo, precisamente ahí se pierde esa posibilidad de la función de vigilancia que tendría el periodismo ante los poderes.

**P: ¿La pregunta va orientada a una institución no gubernamental, sino social, con tintes sociales?**

R: Con una responsabilidad y una función específica dentro del quehacer democrático si, y lo tenemos muy claro, creo, como periodistas y de manera individual y como institución, debemos tener cual es la función y la importancia...

**P: ¿No es difícil manejar esta percepción que brinda un servicio la sociedad y al mismo tiempo ser una empresa?**

R: Es que no está peleado, es decir, también las empresas pueden brindar servicios públicos.

**P: ¿Pero en particular, el periodismo tiene estas características que no tienen otras empresas?**

R: Pero... yo me voy un poco más al fondo, es decir, si reconocemos que no está peleado, que no es lo opuesto al servicio público a empresa, entonces podemos hablar que si por supuesto y esa es la función y si creemos no es mi caso, que el servicio público esta contrapuesta a ser una empresa, entonces si puede haber excepciones, porque entonces la información sea general y trabajar en la información tendría que ser gratuito. Pero hay bases económicas en donde ¿Cómo financias un buen reportaje por ejemplo? ¿Quién va pagar ese buen reportaje? ¿Lo paga el gobierno? Porque es un servicio público que se puede organizar la sociedad en distintas funciones, en distintas formas, por ejemplo, algún periódico que es una cooperativa, cumple algunas forma,



este periódico es una empresa cumple otra forma, siempre y cuando como institución social tenga muy clara su función no le veo ningún conflicto en que sea una empresa y que tenga incluso generar ganancia y que esas ganancias se reparta entre los que trabajamos aquí. No está peleado desde mi punto de vista.

**P: ¿Sobre lo que comenta, hay un nuevo fenómeno dentro del periodismo, que es el periodismo ciudadano, es decir, los mismos grupos sociales o ONG, que se organizan para generar su propia información, se podría pensar que ellos también tienen una objetividad profesional en ese sentido...?**

**R:** Depende de cada institución, por ejemplo, hay instituciones o ONG, que son formadas o financiadas por partidos políticos con fines ideológicos o partidistas son válidos sí, pero por supuesto que esa información que se genera en esa ONG, pues va a tener ese sesgo, yo creo que perfectamente, si un ciudadano considera y tiene también la formación y la capacidad para hacer periodismo en general, es perfectamente válido, ahí el tema es como se va financiar ese ciudadano, si lo va a hacer de tiempo completo, porque también es cierto que el periodismo es muy importante que sea tomado en serio, es decir; cualquier ciudadano puede generar información sí, no sé si cualquier ciudadano podrá generar con la misma calidad y ética y profesionalismo que un periodista que está dedicado a eso. Es como, -perdón que el ejemplo sea demasiado burdo-, cualquier ciudadano puede tomar un curso de primeros auxilios y curar una herida en una emergencia, por supuesto que sí lo puede hacer y lo puede hacer bien, no se puede comparar con el profesional que es el médico que es el que estudia y desarrolla y que se desempeña completamente. Creo que en ese sentido desde mi punto de vista en el periodismo pasa algo similar, actualmente decimos todo mundo puede ser periodista, si a los mejor en ese sentido si lo puede hacer en el momento y dar una información, pero para la sociedad, la democracia, para como lo tenemos entendido por lo menos organizado en México en este momento es fundamental que haya periodistas profesionales, con técnicas y herramientas y experiencia que desarrollen esa función de vigilancia de la información.

**P: ¿Dónde podríamos al periodismo en un sistema político en términos geográficos: Estado, sociedad, partidos políticos, medios?**

**R:** Si creo que este en la sociedad, con una función específica, por supuesto no considero que el periodismo debe de estar en el Estado, sé que algunos autores hablan de que los medios en otra categoría aparte.

**P: ¿Le llaman algunos el cuarto poder no?**

**R:** Algunos el quinto, ahora tendríamos que hablar de las empresas de redes sociales, yo creo que el periodismo tiene que surgir de la organización de la sociedad, como surgen otras instituciones, como surgen otros tipos de empresas, como surgen otras organizaciones sociales.

**P: ¿Cuál sería la relación, que debería de tener el Estado, los partidos políticos, con los medios de comunicación principalmente con la prensa, si no el ideal, cuál sería la relación que debería de tener con estas dos instituciones?**

**R** Yo creo que el Estado tiene el derecho y la facultad, de generar, si así los considera sus propios medios de información, para hacer llegar la información que considere pertinente a quien está gobernando, quiere decir que no está peleado, sin embargo; lo fundamental, el ideal es que el ciudadano sepa que esos medios son del gobierno, por un lado, o aquellos que no son del gobierno sepa cuál es el financiamiento, el ideal es que gobierno no debe de intervenir -desde mi punto de vista- en la generación o funcionamiento de los medios que no son de su propiedad, me parece lógico que el Estado español intervenga en televisión española, por eso digo tiene todo el derecho, pero en los medios que no son de su propiedad debe de haber una sana distancia, porque se están viendo las caras mutuamente, es decir, que el periodismo, los medios tienen que estar vigiando, tienen que estar informando a los ciudadanos de lo que se está haciendo, de lo que hace el gobierno.

Sin la relación del gobierno con los medios es completamente factible, es la mafia, mejor que no haya medios y no se gaste tanto dinero en medios en publicidad y que den la información que quieran, en un Estado totalitario, por supuesto debe de haber un marco normativo, tampoco es un asunto que los medios, los periodistas, al nivel medio o individual hagan lo que quieran, debe de haber un marco regulatorio, un marco jurídico, que dé certeza al trabajo de los periodistas, de los medios y que permita que

evite que no haya abusos de los medios o de los periodistas, pero las reglas tienen de ser muy claras, debe de haber mecanismos, para que tampoco el Estado socave, apriete y presione a través del dinero o amenazas etc. Obviamente en México el periodismo la relación prensa/poder se hace muy complicada, desde presiones, asesinatos a periodistas que estamos viendo en los últimos años, etc. Si es muy delicado en los periodistas ser independientes y eso implica ser independientes del Estado, de partidos, de grupos ideológicos, para intentar en lo posible y eso es el ideal, hacer llegar información a los lectores de manera profesional, lo más profesional posible.

**P: ¿Ya para terminar quisiera agregar algo más?**

**R:** Como comentaba al principio, mi experiencia profesional, el surgimiento del periódico fue un parte aguas, me tocó vivirlo, fue muy emocionante y todo el desarrollo y la defensa del periodismo que hacemos me parece muy rescatable,

**P: ¿Han tenido tres sexenios verdad?**

**R** Si tres, ir viendo como era el periodismo con un gobierno priista, luego con gobiernos panista, ha sido muy interesante, yo sí puedo decir, que son los pocos los casos en México, en donde se ha apostado de una manera institucional, al nivel personal si hay muchos casos de periodistas que merecen respeto, pero son pocos los casos que de manera institucional han desarrollado y diseñado todo, para darnos a los periodistas un ambiente de seguridad personal, de seguridad de libertad de expresión, para poder desarrollar, si hay mucha exigencia –con esto cierro- tener todo esto no significa que bien, que padre, que interesante... Hay mucha exigencia, para lograr esto implica jornadas largas, implica que no puedes publicar cualquier cosa, a lo mejor sabes que algo si es cierto pero no tienes la manera de demostrarlo y entonces no puedes publicarlo porque no estarías siendo profesional, tienes que trabajar más hasta conseguir todas las pruebas, tienes que verificar, tienes que tener varias fuentes, todo eso es muy exigente.

Creo que ha sido la gran contribución, toda una generación de periodistas, muchos la mayoría que salieron de aquí e incluso están en otros medios y se han reflejado en la transición, hablando de aspectos éticos, se ha reflejado en el gran avance que hablamos al inicio, que desafortunadamente en los últimos años -desde mi punto de vista- han vuelto algunas prácticas similares de la mano del dinero del gobierno, pero si

quiero recalcar eso, he sido testigo de estos años, si ha sido impresionante primero como reportera, luego editora y coordinadora etc. El poder pelear y que se te publiquen notas que en otros lados no te publican, no te hubieran publicado, o el estar en un evento –recuerdo hace varios años- una denuncia de tortura éramos más de 20 medios tv, radio etc., y al día siguiente solo publicamos nosotros y en este caso solo fue mi nota. Y la única exigencia que me pidió el director del periódico fue tienes la relación, tienes las fotos, tienes las pruebas, si aquí está todo... –perfecto-. Entonces eso ha sido un gran aprendizaje, si puedo decir que es como un gran tesoro, que cuando inicie mi carrera profesional, no pensé que fuera a tenerlo y han sido muchos años y creo que esa lucha, ese trabajo es que está en riesgo es el gran reto que tenemos los periodistas en México, como lograr mantener esos valores éticos que hemos logrado, sin que nos afecte la violencia, sin que nos afecte lo ético.

#### **Entrevista 4.- <sup>436</sup>**

#### **NUCLEO TEMATICO 4.- Paralelismo Político e Institucionalidad Política.**

**P: ¿Hablemos sobre la prensa en México como un parámetro democrático en la historia, con respecto al poder político?**

**R:** La prensa mexicana de origen, ha sido una prensa vinculada a los procesos políticos de cambio del país, los primeros periódicos surgen después del proceso de la independencia, otras ya, del proceso de la Reforma, desde luego los que estuvieron en la Revolución, lo que quiere decir es que siempre los periódicos se estuvieron definiendo alrededor de las tendencias continuistas, de las tendencias de cambio, principalmente Liberales y Conservadores, pero los periodistas más avezados, mas puntillosos, más críticos siempre estuvieron en la parte liberal y después revolucionaria, pero había una asociación muy clara del periodismo con el movimiento del partido o la fuerza política que peleaba. Yo creo que es hasta el siglo XX cuando se puede hablar de fenómenos de periodismo independiente o separado de los grupos políticos, pero aun así en el siglo XX, la historia del periodismo en México tiene mucho que ver con ciclos sexenales, en México se inicia un periódico cada inicio o fin de sexenio, porque eran

---

<sup>436</sup> Roberto Zamarripa de la Peña, 57 años, estudios en la Universidad Autónoma metropolitana de Xochimilco, ciencias de la comunicación, periodista y editor en el diario la Jornada, reportero en Proceso, en Reforma ha sido director de un suplemento político, sub director de nacional, desde el 2000 director de información y actualmente director de contenidos, además del portal web, con 23 años dentro de Reforma.

periódicos creados por políticos que estaban de salida o por políticos que se disputaban el poder, igual paso con las estaciones de radio cuando empezó la expansión de la radio en México, en las cadenas locales tanto cadenas nacionales, quedaron en manos de políticos, empresarios al estar vinculados a la política, al ser vinculados con un presidente o candidatos a la presidencia. Entonces la historia así en síntesis en México el periodismo o buena parte que ha ejercido, ha estado vinculado a partidos, a tendencias y grupos del poder político central en este caso de la presidencia, al poder político locales fuertes, como las gubernaturas en los estados, los periódicos en los estados regularmente están asociados a un gobernador, cualquier estado de este país podría dar cuenta de ello.

**P: ¿Hablemos si la prensa en México es un intermediario de intereses sociales con respecto al poder político o posee una autonomía en su ejercicio periodístico?**

**R:** No podemos decir que la prensa pueda tener esta característica, hay periódicos, hablando de la prensa impresa, hay periódicos que tienen independencia de los poderes y sus publicaciones y su información está fuera de ello, hay periódicos de lectores o grupos de lectores, como es el caso de los periódicos del Grupo Reforma, pero otros periódicos, pues, si son correa de emisión y de intereses políticos específicos; reitero de ex presidentes y ex gobernadores, presidentes y gobernadores. Esencialmente buena parte de la prensa mexicana está adherida al poder político, por la vía del subsidio del dinero público, vía publicidad que sostiene a los periódicos a cambio de una subordinación de sus línea informativa, entonces se convierten en instrumentos de propaganda oficial, en muchos casos de periódicos mexicanos, no de todos; creo que este país ha tenido el discurso del siglo pasado y lo que va del actual, distintos momentos de periodismo independiente al poder político, a otros poderes económicos, que lo ha distinguido de esa tendencia de periodismo subordinado, de periodismo citado o de periodismo de partido, hay otros fenómenos de ejemplos importantes de prensa independiente en distintos momentos, con revistas con periódicos o con periodistas que están en periódicos adheridos al poder, pero que ejercen en esos periódicos algún rol independiente, no se puede decir que la prensa en general, tienen sus matices, tienen sus diferencias.

**P: ¿La autonomía política en un periódico determina el crecimiento y desarrollo, así como su estabilidad laboral en su actividad?**

R: No es una autonomía política como tal, es una autonomía financiera, como vive un periódico, aquí, reitero, se acostumbró a los periódicos a vivir del gobierno, del dinero del gobierno, está subordinado literalmente sucursales del gobierno o de gobiernos y eso supone que no tiene autonomía financiera, económica, pero eso va vinculado a que no tenga autonomía informativa y políticamente queda adherido a los intereses del poder en turno, que aquí es cada sexenio- hubiera sido bueno ver- la cantidad de dinero que se les inyecta a muchos periódicos para sostenerlos, porque en la evolución del periodismo hoy del periodismo impreso ha decaído, frente al auge del periodismo digital y la expansión de la información en otras zonas que no son necesariamente de periódicos impreso, es increíble de aceptar que un periódico tenga solvencia económica, más en estos casos donde no producen información propia y se convierten en ejes...

Más que autonomía política, creo que es autonomía financiera o económica y esa evidentemente determina el resto de actividades de un periódico, obviamente en sus condiciones laborales, obviamente en sus condiciones sociales, pero eso tiene mucho que ver también con la ética de los periódicos, de los periodistas, de los reporteros de los directivos, de los directores. Un periódico que sin rubor se asocia a un gobierno para servirle de correa de transmisión, los directivos del periódico que eso hacen, pues simplemente y sencillamente el ejemplo que les darán aquellos que les siguen, será el camino a corromperse, asociarse, adherirse y aceptar condiciones que le ponga el poder, para ejercer ese periodismo, si eso es periodismo. Entonces, hay un eje también de corrupción en toda la estructura de un periódico, desde el directivo hasta el reportero, donde hay sobornos, donde hay prebendas, donde hay una serie de cosas que van acabar mutilando el periodismo.

**P: ¿En ese sentido, podemos entender que existe un temor de aquellos periódicos que ejercen una autonomía, una objetividad en su ejercicio periodístico de perder sus beneficios económicos?**

R: Estará con miedo porque si tienen una tutela, un jefe, alguien que le ordena y le manda, un funcionario, un burócrata, que nada tiene que ver con el periódico o con el

periodismo, a lo mejor si le tienen miedo a eso, pero no me parece que sea lo que determine la vida informativa de un periódico, es lo que me parece de manera personal.

**P: ¿Cómo considera la objetividad de un periodismo y las filias partidista?**

**R:** Pues es lo mismo, es la misma línea, la objetividad como tal en el periodismo no existe, no existe el periodismo objetivo, cada periodista usa su subjetividad, el tema aquí es; si lo que hace informativamente con las editoriales corresponden y dan respuesta a las situaciones que suceden en una comunidad o se ocultan o se evaden, por tener un compromiso financiero o político con alguien del poder, lo veo más claro por ese lado.

**P: ¿Considera real la separación del ejercicio periodístico, con respecto a las instituciones gubernamentales y partidistas, hay una separación entre las actividades que realiza el periodismo en México con respecto a los intereses que pueda tener el sistema político?**

**R:** A pesar de las situaciones que ya describí anteriormente, respecto a la estructura de los periódicos en México, adheridos durante un buen tiempo a un partido de Estado y después a una política y a una costumbre de obedecer al gobierno, aunque eso se mantiene, yo creo que hay bastantes manifestaciones de distinta índole de ejercer un periodismo independiente, un periodismo que investigue, un periodismo que cuestione, que genera información es útil a la gente.

**P: ¿Reforma lo tiene?**

**R.** ¿Ese periodismo? Si, si claro, es un periodismo que tratamos de ejercer. Sobre todo un periodismo vinculado a los intereses del elector, a los intereses de las comunidades, para las corrientes que escribimos, creo que es una parte muy importante que ha provocado un cambio y acrecentado la relación de un periodismo de Estado y un periodismo independiente, que tiene que ver con la expansión de los circuitos donde se genera la información, antes los periódicos eran privilegiados en dar la noticia, casi los únicos en dar la noticia, hoy no, hoy la noticia puede estar en la redes sociales, puede estar en sitios digitales y no necesariamente en un periódico, a veces antes ahí y a veces la propia comunidad lo propios protagonistas, generan la información de lo que están haciendo y ellos se adelantan o hacen algo antes de que un periodista llegue.

Eso ha provocado, ha obligado a que los periódicos modifiquen sus conductas traten de empatizar (sic) con los lectores y con la demanda que tienen y que exigen la información clara, de información veraz, de información documentada. En ese sentido, esa exigencia de la sociedad de una información diferente, es lo que ha provocado que en algunos lugares, a mi medio de ver, a modificar sus conductas y los que nos ha exigido a nosotros al Grupo Reforma a tener un periodismo más apegado, más vinculado más interacción con la comunidad.

**P: ¿Han tenido alguna influencia, injerencia de organismos externos independientemente del sistema político aquí en México, instituciones financieras o ONG.?**

**R:** Puede existir influencia, pero el diario como tal *Reforma* no, puede haber asociaciones civiles, que tienen algún interés, (sindicatos por ejemplo), puede sobre todo haber organismos que promueven valores o asuntos en lo que el Grupo Reforma podemos coincidir, por ejemplo: la transparencia, la apertura de archivos, la opacidad en la información pública. Son organismos no gubernamentales que promueven y que pueden converger con un interés editorial, de un periodismo como el nuestro, no es que haya una injerencia, hay una coincidencia, informativamente de estos grupos se convierten en fuentes para nosotros de información, es de mucho beneficio, pero sobre todo es de beneficio para el lector, en otros lugares puede haber que haya sindicatos que promueven apoderarse de un periódico, pero para el Grupo Reforma no.

**P: ¿Qué opinión tiene acerca de los periodistas como figuras políticas, aquellos periodistas que en su ejercicio profesional tienen una opinión politizada? ¿Tenemos una editorial o articulistas politizados en México en términos periodísticos?**

**R:** Si nos referimos a los articulistas o comentaristas de un editorial siempre tendrán una postura, tenemos una diversidad de periodistas de articulistas, no siempre todos son periodistas de formación, algunos son académicos que escriben en un periódico, que emiten opiniones que pueden ser convergentes con algunas opiniones políticas, el problema por ejemplo con columnas de periódicos mexicanos, es que son dictadas desde el gobierno, en muchos casos (columnas institucionales), eso eran muchos más



común que hoy, columnas que iban afectar al periódico, columnistas que se prestaban para eso y que les dictaban lo que lo que tenían que decir.

Eso creo que en buena medida ha descendido o que si hay las fuentes informativas si les interesa mucho lo que uno reproduzca lo que uno les dice, opinen o comentan; hablando de artículos de editoriales o de articulistas o editorialistas, si tienen una posición, una postura no necesariamente y no siempre son articulistas que informen más allá de su opinión, pero yo creo que sí se percibe en algunos casos articulistas que escriben para algún partidos o para otro, pero en general el gremio mexicano ya no utiliza eso.

**P: ¿Podemos dividir dos tipos de periodismo, los que reportean y los que están en columna editorial, existe esa separación de visiones distintas?**

**R:** Suceden en ocasiones, nosotros presentamos la información de lo que sucede y los articulistas la comentan, aquí el tema seria que los articulistas no siempre se apegan a los comentarios de la información, ojala todos hicieran caso a los elementos informativos que entregan los reporteros, si son géneros distintos, son formas distintas de informar, son roles distintos dentro un periódico. Pero si existen esas dos posturas.

**P: ¿Considera que hay una pluralidad informativa en el ejercicio periodismo en México?**

**R:** Yo creo que sí, pero no corresponde necesariamente a la pluralidad de la sociedad, si hay distintas opiniones, si hay distintos periódicos, si hay distintas voces, pero aquí hay absurdos de que uno puede ver las portadas de los 20 periódicos editados en la ciudad de México y de esos 20,19 o 18 traerán el mismo encabezado, la uniformidad se acentuó mucho en este sexenio, la uniformidad de los medios se acentuó de manera impresionante, por la vía del subsidio y la vía de la obediencia; a pesar de esto, sí creo se ha expandido los periódicos de opinión diversa, no corresponde a las dimensiones de este país que es muy diversos de opiniones, segmentos socioeconómicos y distintos aspectos.

**Tema: Institucionalidad política.**

**P: ¿Usted considera que un diario es la representación política de una sociedad, en este caso tenemos un periodismo que representa la sociedad mexicana?**

**R:** Tenemos un periodismo que reproducen algunas cosas de la sociedad mexicana, pero no creo que represente concretamente.

**P: ¿El diario *Reforma* está basado en los pilares del periodismo liberal americano?**

**R:** No sé. No podría contestarlo así, yo sé que en su origen y en su historia, lo que ha constituido este grupo empresarial *Reforma*, tiene una importante influencia de periodistas de modelos del periodismo norteamericano, pero lo que yo he vivido en *Reforma* en 24 años que he vivido aquí, hay importantes influencia también de lo que vemos del periodismo europeo, de lo que vemos del periodismo norteamericano y también te diría de lo mejor del periodismo mexicano, no lo veo como una similitud del periodismo estadounidense, tanto que deberíamos de pensar que el periodismo estadounidense ha pasado por una crisis muy fuerte, el *New York Times* ha pasado por una crisis de credibilidad tremenda, las mentiras, la falsificación de noticias -hace una década quizás-, además de que han sucumbido en muchos lugares de Estados Unidos los periódicos impresos, han incurrido en cambios ante la nueva realidad global, ha cambiado la composición de la propiedad de los medios, medios esencialmente de corte familiar, se han convertido en emporios con otro tipo de dueños, vemos el ejemplo del *Washington Post*, que cambia la estructura de poder familiar al adquirirlo un magnate, un empresario del comercio electrónico y con ello evoluciona en algunos aspectos la organización del trabajo periodístico, entonces en algunas cosas si podemos parecernos al periodismo de Estados Unidos si, en otras cosas podemos parecernos al periodismo mexicano de otras épocas también, en algunas hemos visto ejemplos de lo que pasa en países europeos quizás para no repetirlos, como ejemplo el caso de periódicos *el País* en España, como tuvo que cambiar toda su estructura de redacción digital, etc. Entonces yo le vería muchas más influencias en otros y por último yo vería una gran influencia del mundo digital, del mundo de la información digital que incide mucho en la manera en que hacemos hoy la información.

**P: ¿Usted considera que el periodismo es el guardián de la moralidad informativa en los medios de comunicación?**

**R:** No lo veo yo así, el periodismo a mi opinión lo que hace es informar, recopilar asuntos, reunir asuntos, organizarlos, jerarquizarlos, decirlos a la gente para que la gente tome decisiones, desde luego que un periodismo libre, independiente, ético, es decir, apegado a lo que ocurre, no se subordina a las fuentes, no se subordina a los poderes, no genera información que pueda poner en predicamento a algunos, pero yo no lo veo como un velador de las instituciones, no lo veo como un vigilante, lo veo como alguien que comparte con la sociedad, dice cosas y la sociedad decide que hace. Si nosotros llevamos, *Reforma* en concreto lleva un cuarto de siglo, todos los días denunciado actos de corrupción y es el país donde hay impunidad, si fuera ese nuestro papel de guardianes, pues que fracaso, no aspiramos a andar metiendo a la cárcel a la gente, lo que aspiramos es a decirle a la sociedad lo que está pasando.

**P: ¿Qué opinión tiene acerca de la crisis que actualmente atraviesa el periodismo: en lo económico, en lo tecnológico y en lo social?**

**R:** Es un momento fascinante, es un gran reto, es el momento que tenemos que aprovechar, es un momento paradójico, porque como nunca, el periodismo, los periodistas habíamos tenido los instrumentos tecnológicos necesarios para investigar rápido y difundir rápido una noticia, que es lo que siempre habíamos querido tener haciendo periodismo, el periodismo es urgencia, el periodismo tiene siempre prisa siempre, cada vez nunca como ahora había estado tan amenazado el periodismo, no solo hablo de temas de violencia, de narco violencia, de poderes familiares que no respetan el periodismo, de presidentes como Trump u otros que son quienes desdeñan y patean a los periódicos, sino por los fenómenos mismos de la sociedad, el reportero dejó de ser indispensable para la gente, la gente se informó y se forman sus propias noticias, los cantantes o los artistas que querían difundir su obra, antes necesitaban de un reportero, hoy no lo necesitan, lo hacen por su propia cuenta, en un portal, en sus redes sociales; los políticos que quieren reproducir sus discursos o sus dichos o eventos o actos antes necesitaban de un periodista, hoy lo hacen en sus cuentas, pueden hacer sus propios videos y subir a la red y el periodista queda volando.

Está amenazada la función del periodista en sentido tradicional, en el mejor momento en donde se tiene las mejores herramientas para ser el gran informador, el mejor investigador, el gran recopilador de datos, para jerarquizarlos, tenemos las herramientas a la mano, es una puntualización, una tensión permanente en la que se encuentra el periodismo, -para mí es fascinante vivir este momento, es muy difícil- hay que echar mano, no tenemos de otra, estas en aguas revueltas, en mar profundo, a velocidades rápidas y combinando un periodismo que se sigue haciendo en naves trasatlánticas, pero también en desplazamientos en lanchas rápidas, para satisfacer esa sed de información inmediata de la gente, así lo vemos, lo vemos como algo retador, espectacular, dramático, muy fuerte; se han perdido empleos, ha cambiado la cultura del periodista, ha cambiado la cultura profesional de ser periodista, la exigencia, la intensidad, el trabajo, la obligación de decidir rápido y bien, en algunos casos ocasionado superficialidad, para mí es un gran momento.

**P: ¿Qué opina acerca del empoderamiento y concentración de las empresas mediáticas a nivel nacional?**

**R:** Pues a nivel nacional ha habido de todo, porque los grandes poderes de la comunicación han sido muy afectados, hablo de la televisión y la radio, por ejemplo la tv acarrea mucho rating, muchos ingresos publicitarios, se ha tenido que asociar con otras actividades para generar sus propios ingresos, entonces los poderes de la comunicación se han modificado, vemos emporios muy distintos hoy, fragmentados, en la medida que tomó y ya se implantó el internet y el teléfono celular, el móvil, como eje de la comunicación cotidiana, en esa medida ha impactado de manera directa y brutal a los medios tradicionales. Hoy se pueden ver noticias en el momento en su teléfono sin necesidad de ver un canal de televisión, hoy se puede estar conectado por vía satelital, es impresionante, pero no solo eso; hoy es normal no estar suscrito a un canal de paga, como no estar con una televisora tradicional y solamente por internet ver los programas que uno quiera, o estar con una productora de televisión como NETFLIX, o los propios productos que la gente hace, verlos al instante con solo marcar un teléfono.

Eso ha distorsionado, ha impactado y ha unificado la estructura del poder de la comunicación en México, a su vez la realidad de periódicos como nosotros entendamos que las audiencias no solo leen un periódico, ven internet, ven sus teléfonos, ven videos y nosotros tenemos que darle un conjunto de información para todas esas plataformas

que queremos seguir siendo líderes informativos, pero ha cambiado mucho la estructura, las radios que antes eran fundamentales en una comunidad, en un estado, un municipio o en el país, hoy es menos, yo puedo escuchar la música que ponen en la radio, comprarla piratearla, adquirirla, lo que tú quieras y tenerla en tu aparato. Esta liberalización de la comunicación con estas prótesis que son los teléfonos celulares, ha cambiado la cultura de la audiencia de la información y por lo tanto les ha movido el piso, completamente a todas esas estructuras; estamos en una redefinición muy importante del poder de los medios en México, lo que impactado en el poder político del país.

#### **Núcleo temático 6.- Instrumental político**

**P: ¿Qué opinión tiene acerca de la relación que ha tenido Reforma con el sistema político en las tres últimas décadas: social, económico, estatal?**

**R:** No hemos sido un diario agradable para los poderes presidenciables sobre todo, el *Reforma* desde Carlos Salinas, nos tocó la última parte, Ernesto Zedillo, Fox, Calderón y Peña. No hemos sido un diario agradables para ellos y en general hemos hecho un periodismo que a varios de los poderes les parece incomodo, les podía resultar productivo, incluso les podría servir si quisieran gobernar con transparencia etc. Hasta un componente esencial de ese cambio, pero el gobierno no quiso hacer ese cambio, no quisieron hacer los cambios que la gente necesitaba, en términos de transparencia, en términos de conocimiento de las cosas, en términos de rendición de cuentas, al final el periódico lo fue haciendo, generó y expreso una función en sectores importantes de la comunidad y la sociedad, les irritaba mucho, nosotros con nuestras informaciones pedíamos, exigíamos rendición de cuentas a funcionarios, a empresarios a políticos en fin. Esa ha sido nuestra ruta, hemos tratado de informar de la mejor manera en los llevamos a lo largo de 25 años.

**P: ¿Usted considera que existe una responsabilidad de los medios, en este caso la prensa escrita, en cuanto a las consecuencias que tuvo el modelo económico ya implantado en los 90, ya de manera oficial? ¿Una corresponsabilidad de ser partícipe de estos mismos lineamientos de las políticas económicas implantadas, se les puede exigir una responsabilidad?**

**R:** No, desde el punto de vista que el periódico no tomaba las decisiones de las políticas económicas, los modelos económicos de estos años han sido, en muchos casos desastrosos, la crisis del 95 fue desastrosa -ni como voceros de la información ante la opinión pública- el caso de *Reforma* no fuimos voceros de esa información, fuimos los que más informamos -recuerdo bien- los que anticipamos del problema que se venía, sobre todo lo del FOBAPROA para rescatar a deudores, lo del gran problema crediticio financiero que se generó, nosotros fuimos los primeros en advertirlo y darle un seguimiento puntual y en ver los fraudes que hubo y en ver los favorecimientos a empresas y empresarios etc. Que se avorazaròn (sic), y que tenían información privilegiada para salvarse y los rescates indefinidos a empresarios y no la pequeños deudores que quedaron en la miseria, nosotros informamos bastante, en este periódico se ha informado bastante de situaciones específicas de desigualdad, de empobrecimiento urbano y rural, no veo por donde se le pueda decir que este periódico pueda tener una responsabilidad en la generación de información complaciente con ciertas políticas económicas.

**P: ¿Este diario considera que tiene características neoliberales, en el sentido de la contratación de su personal profesional?**

**R:** No sé, nunca lo he visto por ahí, no creo que sea una contratación neoliberal, lo único que le pedimos a la gente, por lo menos con el equipo con el que trabajo: compromiso, dedicación, responsabilidad, ética. Y que vean el sentido de la urgencia que tiene el ser periodista hoy en día, no se le checa situación socioeconómica, no se le checa cuenta bancaria, no se le checa nada que tenga que ver con una ideología. Un periodista que responda a criterios profesionales y éticos y punto, tenemos un taller que forma periodistas y el 80 y 90% de estos periodistas se han formado ahí, con los valores del Grupo Reforma.

**P: ¿Cómo considera que debe ser la relación del Estado mexicano con respeto a la prensa en México?**

**R:** Una relación donde no haya relación, es decir una relación de completo respeto, de independencia, de dialogo, de entendimiento, bueno una cosa es el gobierno y otra es el Estado, en el caso del gobierno, tiene que ver con los funcionarios, en caso del Estado

son todas las estructuras tradicionales, el Congreso, de Poder Judicial en fin, es decir de respeto.

**P: ¿Habrá libertad de expresión actualmente?**

**R:** Yo creo que existe una situación importante de (...), hay algunas (...), la mayoría de las veces las posibilidades de decir lo que uno quiere informativamente hablando, por lo pronto en nuestro caso. - **lo garantiza el Estado o el gobierno**- No sé si la garantice como tal, el ejercicio de la libertad expresión está consagrada en la Constitución, el ejercicio es el respeto, puede ser que entidades o el Estado o los poderes fácticos hagan lo posible que eso no ocurra, no puede existir libertad expresión de la información en lugares de acoso de violencia contra la gente, no solo contra los periodistas, contra la gente, contra las personas, y no se puede informar de la situación, el caso de Tamaulipas, donde hay situaciones donde hay situaciones de violencia, asesinatos etc. Y los periódicos no pueden informar porque pueden ser sujetos también de violencia de represalias, pero lo que no garantiza el Estado no solamente es la libertad de expresión, la seguridad de la gente, no está garantizando que la gente viva en armonía y goce de sus derechos, entre ellos los de la libertad de expresión, pues entonces no se da en esos tipos de lugares en otros si hay mayores posibilidades de esos derechos.

**Entrevista 5.-**<sup>437</sup>

**Núcleo temático 1.- Desarrollo Económico del Medio Impreso**

**P: ¿Cuánto cuesta iniciar un periódico como *Reforma*?**

**R:** No sé.

**P: ¿Cuál ha sido el periodo dónde más beneficios han tenido desde 1994?**

**R:** No conozco los números, en cuanto a cifras y ventas, pero evidentemente el periódico se ve afectado por los vaivenes de la economía, de tal manera que si el país está en crisis, hay crisis en los diarios, en sentido que los anunciantes gasta menos en publicidad, por ejemplo; la gente tiene menos dinero para comprar periódicos, pero al

---

<sup>437</sup>José Miguel de la Vega Peralta. Reforma. Edad: 48. Lugar de estudio: Universidad iberoamericana Cargos en el diario: Editor de suplemento político, jefe de información nacional, coordinador de agenda electoral y coordinador editorial. Años de trabajo: 20 Situación actual laboral: Coordinador editorial, autor de la columna templo mayor.18/02/2018.

mismo tiempo en situaciones de alta conflictividad social, como fue la revolución en Chiapas, o el asesinato de Colosio la demanda de periódico es más alta.

**P: ¿El diario cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores?**

**R.** No.

**P: ¿Se puede desarrollar profesionalmente un diario sin seguir los lineamientos políticos o ideológicos que establece el gobierno?**

**R:** ¿Por qué tendríamos que someternos? -Es la parte que no entiendo-, si el gobierno en turno es socialdemócrata, si es neoliberal, si es comunista, el periódico se mantiene en función de sus principios y valores.

**P: ¿Considera que *Reforma* puede tener una influencia pública en la sociedad mexicana?**

**R:** Si claro, siempre lo ha tenido.

**P: ¿Cómo ha afectado la globalización a su diario?**

**R:** Yo creo que lo ha afacetado para bien, porque lo ha obligado a elevar estándares de calidad, lo ha elevado a buscar nuevas formas de contar historia y lo ha obligado a buscar nuevas formas de llegar al público, la globalización no significa que hayan venido nuevos periódicos al país, pero si ha significado un boom de medios digitales por ejemplo.

**P: ¿Cuál sería el mercado donde el periodismo tiene mayor beneficio?**

**R:** Es que depende del periódico, en el caso específico del *Reforma*, *Reforma* es un diario nacional, con una principal presencia en la ciudad de México en todos los niveles sociales, lo que llaman ABC, ósea; niveles de clase alta, media y baja; hay periódicos populares como Metro que también es de *Reforma*, que tiene su principal mercado en los estratos más bajos, digamos es lo que se conoce como un periódico popular, pero el periódico no se hace pensando que tenemos tal tipo de suscriptores o tal tipo de lectores.



**P: ¿Puede haber un desarrollo periodístico en México, sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Si, *Reforma* es un ejemplo de ello, *Reforma* es un ejemplo de cómo se puede hacer un periódico sin el proteccionismo gubernamental y *Reforma* ha tenido que enfrentar ataques, boicot y falta de publicidad.

**P: ¿La definición editorial de forma ideológica, supone un crecimiento en sus ventas?**

**R:** Yo creo que lo que va a definir tus ventas no es la ideología, sino la calidad informativa, si me explico, si tú haces de tú periódico un arma ideológica, probablemente caigan tus ventas, ¿Por qué? Porque estás trabajando para una causa y no para el lector, entonces, por ejemplo; aquí en el periódico tenemos editores de izquierda, editores de derecha, tenemos editores de todo tipo, si ellos tratan de llevar sus creencias a las páginas, la gente dirá – bueno de que se trata todo esto-. Y si te leen con una causa, con una consigna, a lo mejor te lleves a un público, pero te segregas de todo el resto de la sociedad y *Reforma* tiene entrada a todos los sectores, aunque es erróneamente calificado de derecha.

**P: ¿Por qué lo califican de derecha si tiene esta pluralidad de información?**

**R:** Son estereotipos que se crean en el imaginario colectivo.

**P: ¿Iniciaron con este imaginario cuando entró en funciones el periódico?**

**R:** Poco tiempo después, cuando yo inicié ya se hablaba de esta imagen del periódico.

**P: ¿Lo han determinado esta imagen los sexenios?**

**R:** No sabría decirte de donde sale esa configuración del periódico como un periódico de derecha.

## **Núcleo temático 2.- Contexto Legal.**

**P: ¿Cuál era el contexto legal en el que dio inicio el periódico en los 90?**

**R:** ¡El contexto legal! Creo que el periodismo no necesita de leyes para sí mismo. Lo que puedo decir es que cuando *Reforma* empezó, no existía una Ley de Transparencia en México, la Ley de Transparencia que actualmente existe y que ha creado una serie de

instituciones; se debe mucho al empuje de *Reforma* que tomo es tema como parte de su agenda. *Reforma* impulso en gran medida la discusión sobre la transparencia y el acceso a la información pública, que en ese entonces estaba cerrada, se creó una iniciativa que se llamó: “Juan Ciudadano”. Que empezó como una página web, como un concurso abierto a la sociedad, un concurso muy interesante, porque se le planteaba a la gente cinco preguntas, -me parece que eran-; ¿Cuánto gasta en lápices la Secretaría de Educación Pública? Y quién contestara bien la cinco preguntas se llevaba cien mil pesos (\$100,000), y fueron muy pocos en contestar, porque no hay manera de saberlo o no había manera de saberlo. Esa iniciativa “Juan Ciudadano” dio pie después a una cosa que se llamó el Grupo Oaxaca, que ya intervinieron otros medios, otros organismos, la sociedad civil y de eso derivó posteriormente la aprobación de la Ley de Transparencia de Acceso a la Información Pública; de ahí vino la creación del instituto, luego vino una reforma a los datos personales, ha ido creciendo, esto es uno de los ejemplos que ha habido.

**P: ¿Considera que en México hay una ley que protege más al periodismo que a los que ejercen el ejercicio periodístico?**

**R:** Uno, no hay una ley de prensa en México, dos, no veo para que la necesitáramos; tres, la ley de transparencia no es para los periódicos o para los periodistas es para la sociedad en general, es para que todos tengan acceso a la información pública del gobierno. Ley de Prensa no hay, Ley de Medios no existe, hay un sistema de protección a periodistas y ese no es para medios, sino para periodistas en sí y eso lo maneja la Secretaría de Gobernación.

**P: ¿El marco regulatorio sobre la libertad de expresión que existe en México, posee características democráticas como en los países occidentales?**

**R:** ¿A qué llamarías periodismo democrático? **(R: En los países occidentales tienen una información abierta liberal, basada en los principios de difusión de información, sin contrapesos).** **R:** Si, en ese sentido *Reforma* es un periódico libre, que se maneja en sus propias decisiones, que no se somete a presiones del gobierno, de partidos o empresarios, no apoyamos a candidatos, no apoyamos a partidos, no apoyamos gobiernos; inclusive puedes ver que las oficinas son abiertas, son de cristal, no hay una sola oficina que tenga paredes en este periódico. Una de los principales insumos de este

periódico ha sido la transparencia, las decisiones aquí de manera interna se toman como una estructura organizacional; nunca he visto que una empresa se comporte de manera democrática, porque no es una asamblea, no es una cooperativa, hay directores de área, aquí la información se da a partir de la selección que hace el editor, pero no tiene una línea que digamos, de la dirección en cuanto que puede o que no puede publicar. Está definida en cuanto intereses periodístico.

### **Núcleo temático 3.- ética profesional.**

**P: ¿Cuál es la ética profesional que existe en el periodismo en México?**

**R:** Creo que se ha avanzado mucho en ese aspecto, como te contaba al principio, cuando comenzó *Reforma*, los periodistas vendían publicidad, cosa que era algo muy extraño; puesto que tenían que hablar bien de las personas que cubrían para que estos les dieran publicidad. Esto ha cambiado mucho, la llegada de *Reforma* ayudo mucho a profesionalizar mucho los medios en México, en muchos sentidos, no solamente en cuanto a ética; sino en cuanto al diseño, *Reforma* fue de los primeros periódicos que uso el color al 100 %; se usó el color, el diseño, la fotografía y eso provocó que poco a poco en los demás medios a hacerlo. *Reforma* llegó pagando sueldos decentes, sueldos más dignos para que la gente pudiera vivir y no tuviera que andar agarrando “cochupos,” - mordidas-, actualmente hay de todo; en los medios te vas a encontrar de todo, gente que vende inserciones en sus columnas, hay columnistas de negocios, no en *Reforma*, sino en otros medios que tienen programas de radio o televisión, y te venden paquetes y te dicen que si quieres salir en su programa o si quieres que te mencionen en su columna, te van a cobrar tanto por ciento y te hacen paquetes para mencionarte tres veces por semana o una vez al mes y te mencionan en tres medios.

Y para ellos no es falta de ética, porque incluso te dan una factura, pero evidentemente ahí se perdió mucho con el objetivo del periodismo. ¿Qué es lo que está haciendo: negocio o informando? Y a diferencia, hablo del *Reforma* que es lo que conozco y también veo lo que hay afuera, a diferencia de otros medios, el dueño del *Reforma*, el único negocio que tiene es este, este es su negocio familiar, el primer periódico surgió en el 38, 28, primero “*el Sol*,” luego siguió “*El Norte*” y luego ya vino “*Reforma*”. Este es su único negocio, este el negocio en que ha creído y por el que ha dado su vida, si tú ves otros periódicos el dueño tiene normalmente su periódico como

un brazo político, como un arma política, para otro tipo de negocios; vas a ver a empresarios que tienen un periódico, pero en realidad su negocio son los hospitales, las constructoras o los bancos o hay otros que tiene canales de televisión y tienen concesiones de mil cosas.

**P: ¿Cómo se percibe la imagen del periodista o al periodismo en México con respecto a otras profesiones?**

**R:** Prefiero no hablar.

**P: ¿Existe una proporción con el nivel el profesionalismo y el nivel educativo en México?**

**R:** Si, evidentemente en la actualidad todos los nuevos periodistas traen una carrera, una licenciatura en algo, son gente sin experiencia pero si formación profesional, *Reforma* tiene un programa de entrenamiento, es un taller para jóvenes periodistas y en él, de unos años a la fecha se ha abierto de tal forma que ya no entran solo periodistas o gente que estudiaron comunicación; sino que se aceptan Filósofos, Ingenieros, Arquitectos, Escritores, como una manera de darle al periodismo mayor especialización o nuevas visiones. En el caso del periodismo mundial, yo creo que es más común encontrar gente especializada que no estudió periodismo, que estudió en otras cosas, pero que se especializó en periodismo; entonces ya tienes por ejemplo a Chefs, escribiendo sobre concina, y antes eran reporteros que aprendían a hablar de cocina y ahora son gente que sabe cocinar, tenemos gente que estudio arquitectura y aprende a escribir sobre arquitectura.

**P: ¿Considera que debe de existir una institución que regule el periodismo en México?**

**R:** No, el periodismo no necesita de regulaciones.

**P: ¿El periodismo en México tiene características del liberalismo americano?**

**R:** Yo creo que no se puede hablar del periodismo en México, porque no es un monolito, hay distintos periódicos y distintos periodistas dentro de esos periódicos, hay periódicos donde sus dueños construyen hospitales o venden sus servicios al gobierno, pero no necesariamente todos sus reporteros son corruptos o están alineados a trabajar así, sino que tienen ganas de hacer periodismo y ganar una nota, pero terminan

sirviendo un propósito comercial; es muy vago decirlo así, si tú hablas con cualquier periódico como el director “*El Sol de México*”, te va decir que su interés es hacer periodismo, pero la realidad te refleja otra cosa, lo mismo *Excelsior*.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo Político.**

**P: ¿Cómo considera que ha sido la relación de periodismo en México con el poder político?**

**R:** Tirante, ha sido complicado porque el gobierno sea del partido que sea, siempre va querer callar a la prensa, siempre quiere el gobierno sea de izquierda o de derecha o lo que sea, nunca quiere que se sepa las cosas y el periodismo lo que hace es revelar lo que no quieren que se sepa; cuando Fox era presidente nos decía que *Reforma* era “priista,” cuando Calderón era presidente nos decía que *Reforma* era “perredista,” Peña que es “priista” nos llama “panistas”; Andrés Manuel López Obrador como candidato y como gobernante, curiosamente las principales descalificaciones contra el periódico directamente, han sido del Andrés Manuel López Obrador que se dice de izquierda. No ha habido un presidente que hable tan mal de *Reforma* como lo ha hecho Andrés Manuel, no ha habido un priista que se atreva a hacer eso o un panista no recuerdo alguno, en cambio Andrés Manuel si ha lanzado todo tipo de ataques, contra el periódico y contra los periodistas, ¡ah! también el “Bronco” lo ha hecho.

**P: ¿Hay un temor de perder ingresos por ser objetivo y profesional?**

**R:** No porque si tienes ese temor no tiene caso que lo hagas, al contrario sabes que si eres más objetivo, más profesional, tienes más rigor vendes más, el buen periodismo vende.

**P: ¿Es difícil tener un afilia política y ser al mismo tiempo profesional en su trabajo periodístico?**

**R:** No, yo creo que no, yo creo que se vale tener filias, es normal, somos seres humanos, pero eso no significa que tengas que escribir para ellas, yo le voy a los “Pumas” pero si me toca cubrir un partido del “América” no voy a decir que jugaron mal, si jugaron bien, no le voy a esconder un gol, es decir sería un absurdo; tú como periodista tienes que decir lo que está pasando, no creo que estorbe tener una filia. En México nunca pasa a diferencia de lo que pasa en los Estados Unidos, que los

periódicos se desencanten o se declaren abiertamente a favor por un candidato, se supone que es en aras de un mayor equilibrio y una mayor equidad; no sé si esto se cumple, finalmente vas a ver en muchos periódicos, muchos más cargados para un lado que para el otro, pero creo que válido, en el caso de los Estados Unidos me parece muy válido. El “*Washington Post*” te va a decir nosotros estamos apoyado a tal candidato por tales razones y además lo explican y lo sustentan, en México no lo veo, porque se supone no se puede hablar de ninguno; la realidad es que todos los periódicos traen una carga y lo puedes hacer si haces un análisis muy detallado del periódico, sobre todo aquí en *Reforma* lo puedes encontrar en “Esquizofrenia” porque va a ver que su página es muy crítica al candidato y dos páginas adelante lo ponen como si fuera un dios, ahí te vas a dar cuenta que es muy abierto esto...

**P: ¿Consideras que existe un periodismo politizado en México?**

**R:** Es muy raro, si tenemos un gremio periodístico muy politizado y muy cargado hacia ciertos sectores, pero que una figura periodística se convierta en actor político es muy extraño y complicado, hablando de gente que hace de reporteo, que son reporteros de calle o que hacen noticias para la tele o para la radio o inclusive conductores de programas, te diría que hay dos o tres que tienen peso político, se vuelven importantes todos ellos en el juego político, porque a los políticos les interesa salir, ser mencionados bien. Pero que un medio, sea participe de la contienda política, no recuerdo alguno sea candidato por ejemplo, no recuerdo cuando fue la última vez un periodista si fue candidato; hay una simbiosis entre clase política y medios si, principalmente electrónicos y puedes darte cuenta que al mismo tiempo que están trabajando están cobrando para sus intereses, más que para la audiencia o el lector, hay un juego perverso por ahí.

**Núcleo temático 5.- Institucional Política.**

**P: ¿Se considera al periodismo como la representación política de una sociedad?**

**R:** No, la gente no se ve... ahora que lo dices, en algunos casos como *La Jornada*, creo que si lo consume la gente que se identifica con su línea editorial, gente que se declara de pseudo-izquierda; los demás periódicos no veo tengan esa claridad ideológica y digo de pseudo-izquierda, porque finalmente el periódico *La Jornada*, también es muy

complaciente con el gobierno, es como de dientes para afuera su oposicionismo (sic), no es un periódico de oposición, puede ser un periódico de izquierda pero no de oposición.

**P: ¿En términos de instrumentalización se puede llevar un ejercicio empresarial y ser una empresa de interés público?**

**R:** Sí, pero debes de tener un equilibrio, tú interés público es informar. ¿Para qué vas a informar? Para que la sociedad mejore, para que la sociedad crezca. ¿Cómo va a cambiar? A partir de tomar mejores decisiones correctas. ¿A partir de qué? De la información que tú le das. ¿Eso es lo que se pretende, eso es lo que se busca? ¿Qué busca un buen periodismo? Tener un mejor México, en el camino debes de tener la claridad y la responsabilidad de mantener el equilibrio financiero, la cantidad de gente que somos, la cantidad del equipo que se requiere, la infraestructura; eso es la parte complicada.

**P: ¿Considera al periodismo de prensa como el guardián de la moralidad en los medios de comunicación?**

**R:** Entiendo la pregunta pero voy a rechazar la palabra “guardián moral”, nunca seremos guardianes morales, yo no; pero sí creo que la prensa escrita tiene, más que ser guardián moral, si tiene la credibilidad que no tienen la televisión, ni la radio, ni los medios digitales. ¿La gente por qué sigue comprando periódicos? Porque sigue creyendo. ¿Por qué la gente sigue esperando la encuesta de *Reforma*? Porque sigue creyendo en ella, lo mismo los políticos, saben que la encuesta de *Reforma* no se vende y tenemos credibilidad más que la inmediatez de los medios digitales, la radio la tele; pero tenemos la profundidad, tenemos el fondo, el análisis, la reflexión de todos los hechos.

**P: ¿Los ingresos de publicidad privada o pública determina la objetividad del periódico?**

**R:** No en el caso de *Reforma*.

**P: ¿Cómo percibe le empoderamiento y concentración de las empresas mediáticas en México?**

**R:** Creo que te lo respondí hace rato, en función que la mayoría de las empresas periodísticas, ya no se dedican exclusivamente al periodismo, si no que sirven a

intereses de otro tipo y no voy a decir que son intereses malos u oscuros; simplemente a intereses de comerciales de otro tipo, el periódico se ha convertido para muchos empresarios en un arma para conseguir los fines que buscan con otras empresas, que es lo que les deja mucho dinero.

**P: ¿Cuál debería de ser el papel del Estado con respecto a periodismo?**

**R:** El papel del Estado con respecto al periodismo, como con respeto a todas la sociedades es garantizar su seguridad, esa es su tarea número uno, si no está cumpliendo con ella, entonces está fallando, existe un mecanismo de protección y creo que funciona, el problema no es que funcione el sistema de protección a periodistas, es que no deberíamos de necesitar un sistema de protección para periodistas.

**Núcleo temático 6.- Instrumental Político.**

**P: ¿Cuál es el tipo de relación institucional que ha tenido el sistema político con los medios de comunicación en las últimas tres décadas?**

**R:** Tiene algunos medios consentidos, tiene algunos medios prácticamente comprados, ha hostigados a otros medios, *Reforma* siempre ha sido un medio incomodo, lo puedes ver a partir de la venta de publicidad gubernamental, es prácticamente cero; no es que nosotros no queramos venderles, pero es lo que hay para anunciarse aquí, a pesar que teneos mayor cobertura Que significa esto, que en México se utiliza el prepuesto para presionar a los medios o para comprarlos, te recomiendo un estudio reciente que se publicó, de cómo se utiliza el presupuesto gubernamental para eso y es impresionante ver como la mayoría de los gastos se van a periódicos que no tiene mayor impacto o difusión, pero son afines a la línea del gobierno.

**P: ¿Se ha beneficiado la prensa a partir del modelo neoliberal?**

**R:** No sabría decirte, yo creo que si no... finalmente lo que plantea el modelo neoliberal es la competencia y mientras haya competencia la competencia es sana, no lo podría comparar si el neoliberalismo se implanta entre De la Madrid y Salinas estamos hablando del 82 al 88, no conocí lo anterior; prácticamente he vivido solo este modelo.



**P: ¿A partir del TLC ha tenido un impacto positivo?**

**R:** Hay un asunto que sí tiene que ver, con unas de las causas de *Reforma* y creo que también influyó el Tratado de Libre Comercio, fue la apertura del mercado de papel, antes el papel solamente lo podías comprar al gobierno y esa era una forma de control de la prensa también; *Reforma* rompió eso, bueno también Proceso lo hizo de comprar su papel por fuera. Y el problema de eso, es que tenías que pagar el papel. ¿Por qué problema? PIPSA que era la productora de papel del gobierno, les daba grandes créditos que nunca pagaban a los periódicos, prácticamente producían gratis. Yo creo que parte del Tratado de Libre Comercio, si te ha beneficiado; por supuesto que nos ha beneficiado. ¿En qué sentido? Como nos ha beneficiado a todos, se abrieron las fronteras, se abrió el mercado del papel, hoy tenemos acceso a mucho mayor tecnología mucho más barata; el Tratado de Libre Comercio permitió el desarrollo tecnológico en mucho más avanzado en México, lo hemos visto en los últimos 20 años que no lo habíamos tenido hace unos 40, pero no recuerdo un capítulo específico que tenga que ver con el periodismo.

**P: ¿El periodismo de prensa tendría alguna responsabilidad como institución de opinión pública, ante las consecuencias o resultados del neoliberalismo en México?**

**R:** No veo como podría tener una responsabilidad, si las políticas neoliberales son implementadas por las directrices del gobierno y son adoptadas por la Iniciativa Privada que son los beneficiados de ellas que consumen productos. ¿No se hacia dónde a tú pregunta? No recuerdo un solo editorial o un solo articulista que dijera “viva el neoliberalismo”, creo que el periodismo ha sido muy claro en denunciar los excesos del neoliberalismo, pero finalmente no veo por donde podría entra la responsabilidad en ese sentido; ¿Responsabilidad de los daños dijiste o de los efectos?, es que suena como si dijeras que estamos hablando de daños más que de efectos. Lo que pasa es que es una pregunta maniquea, lo pones en blancos y negros y no es así, no todo el modelo económico neoliberal ha sido el diablo, pero si se ha denunciado los excesos, se han denunciado los errores, la corrupción; eso se mantiene, la denuncia en ese tipo de situaciones es una constante en los medios especialmente en *Reforma*, pero lo planteas como si el periodismo tuviera que llamar a una revuelta de la sociedad del modelo neoliberal y eso me parece ridículo, si es a lo que te refieres.

**P: ¿Considera que el Estado mexicano ofrece libertades de opinión en los medios de comunicación?**

**R:** Uno, el Estado no tiene por qué ofrecer libertades, tiene que garantizarlas. Dos, en los últimos años, como te decía; ha ejercido el presupuesto federal para comprar o/y presionar a medios que le son afines, en ese sentido no es muy proclive a fomentar la libertad de expresión. Es muy distinto lo que vivimos ahora a lo que se vivía en los años 70, donde si había un ataques directos contra la aprensa, se mataban periodistas, hoy son otros problemas lo que se cuentan, más por el crimen organizado o por obra y gracia de las autoridades, puede haber casos pero son menos.

**E: Algo más que desea agregar.**

**R:** Creo que lo medios en México tienen un papel fundamental, en lo que fue el periodo de transición, sin embargo; no se pueden acreditar todas las medallas, finalmente quienes hacen los cambios en el país, son la gente, la sociedad civil. Y la sociedad civil, puede encontrar en los medios una vía para llevar su mensaje, para reproducirlo, para encontrar con quien lo comparte; pero el cambio está en la gente, el periódico puede anunciar 250 veces, la corrupción de un gobierno, pero si la gente vuelve a votar por ese partido, pues que más hacemos.

**Entrevista 6.-** <sup>438</sup>

### **Núcleo temático 1.- Desarrollo Económico del Medio Impreso**

**P: ¿Cuánto cuesta iniciar un proyecto periodístico, costos y beneficios a mediano o corto plazo como *La Jornada*?**

**R:** EL mayor costo que tiene un negocio periodístico es el relacionado con el personal, actualmente las tecnologías han abaratado significativamente los costos con respecto, incluso lo que antes había hace diez años, depende de la idea de lo que se quiera de este proyecto, es decir, si va a ser para un estado, para una ciudad, una región o un país, si va a ser impreso, si va ser un impreso diario, semanal, si solo va a funcionar en plataformas

---

<sup>438</sup> Roberto González Amador. Analista en temas económicos. Integrante del consejo directivo de *La Jornada*. Edad 50. Lugar de estudio: No quiso dar información. Cargos en el diario: Reportero desde 1993 en *La Jornada*. Años de trabajo: 24. Situación actual laboral: Reportero. Jefe de Edición de *La Jornada*. Socio accionista del diario *La Jornada*. 10-02-2018.

digitales, en realidad los costos son muy variables, los que sí se toman como un estándar para un proyecto periodístico que inicia, debe de contar con recursos suficientes por lo menos para seis u ocho meses, que es un lapso razonable, que debe de transcurrir antes de que empiece a generar ingresos. **(En el caso de esta empresa fue de esta manera).**

**R:** No, en el caso de *La Jornada* fue un caso *suigeneris* en la prensa en México, fue un proyecto periodístico financiado básicamente por artistas plásticos, intelectuales, dirigentes sociales y literalmente miles de personas que aportaron su dinero para echar andar este proyecto, esto fue en el año 1983.1984, es decir; el periódico publicó su primer número en septiembre de 1984 y fue una subscripción de sociedades de acciones en un evento público como se obtuvieron los primeros recursos para financiar este proyecto y hay que decir, que de manera muy destacada fueron los artistas plásticos quienes aportaron obra, cuadros, que fueron subastados para poder financiar el inicio del periódico.

**P: ¿Cuál fue el proceso de crecimiento en cuanto al mercado en venta y difusión?**

**R:** El periódico inició en la Ciudad de México y poco a poco fue expandiendo sus actividades a otras partes del país, incluso tenemos muchos electores en el extranjero y tuvimos la fortuna de contar desde un principio con la preferencia de contar con miles y miles de lectores en varias partes de los Estados Unidos, de Europa y por supuesto en América latina. Entonces empezó como un periódico, surgió en la ciudad con la aspiración de tener una cobertura nacional y que pronto se hizo de una preferencia internacional.

**P: ¿Cuál fue o han sido los periodos o sexenios donde mayor beneficios económicos en ventas o publicidad han logrado?**

**R:** Sin duda alguna podemos decirlo, el periódico hizo su aparición pública en septiembre de 1984, la primera prueba de fuego periodística que tuvo, fue el terremoto de 1985 y ahí sin duda alguna, fue un parte aguas, que generó una gran cantidad de lectores, la época en que más ejemplares se vendieron fue en los días tras el levantamiento zapatista en Chiapas en enero 1994, y hago la acotación en que fue donde más periódicos impresos se vendieron y definitivamente con la irrupción de internet es cuando más lectores hemos tenido, se cuentan lectores por cientos de miles a través de nuestras plataformas digitales.

**P: ¿La empresa cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores?**

**R:** No.

**P: ¿Económicamente se puede desarrollar un diario sin seguir los lineamientos o modelos económicos de una política neoliberal que se delineo en México en los años 90?**

**R:** Creo que definitivamente el caso de *La Jornada* es una muestra que sí, es un periódico que no tiene un dueño empresario, es como dije, las propiedades de la empresa que edita *La Jornada* está en manos de 260 socios que tiene cada uno de ellos exactamente el mismo número de acciones, es decir, ningún socio predomina sobre otro y es una empresa que todos los recursos que ha generado a lo largo de sus 30, 33 años de vida, han sido reinvertidos absolutamente en mejorar las condiciones salariales de los trabajadores y mantener vivo el propio diario. Definitivamente es un periódico que rompe con el esquema de capital invertido para generar dividendos, porque los dueños de *La Jornada* nunca han reclamado dividendos, sino que siempre han estado de acuerdo que cuando se generan sean invertidos en la propia empresa y en el personal que hace *La Jornada*.

**P: ¿El desarrollo económico de la Jornada tiene influencia en la opinión pública?**

**R:** Es una respuesta que quizá debería dar alguien de la opinión pública, yo creo que sí, definitivamente, como todo medio de comunicación ejerce influencia en sectores de la sociedad, de la comunidad, yo diría que sí, pero podría parecer como un auto elogio, mi respuesta es que sí, pero yo creo que esta respuesta podría contratarte con algún miembro de la comunidad para que dijera si realmente, cree que lo que publica el periódico o las ideas que defiende en el periódico tiene alguna influencia.

**P: ¿La globalización ha afectado económicamente al diario?**

**R:** Más que la globalización, lo que ha afectado y alterado completamente la forma en la que se ve una empresa periodística es la era digital, el modelo de negocio sobre el que se basaban los periódicos hasta hace pocos años, 15 o 20 años, a literalmente saltado por los aires y ahora todos los periódicos no solo *La Jornada*, enfrentan un gran desafío, que es, mantener su presencia en un mundo digital, donde los costos de inversión son elevados y los ingresos todavía no son suficientes, es un camino que están recorriendo

todos los medios de comunicación, todos periódicos en el mundo, yo diría que la globalización, si entendemos como la posibilidad que más allá de nuestras fronteras física y geográficas se extienda la idea, la información, la opinión que genera *La Jornada*, la globalización más bien nos ha beneficiado porque como decía hoy a través del internet tenemos ahora electores en cualquier parte del mundo.

**P: ¿Cuál es el sector del mercado donde mayores beneficios económicos tiene el diario?**

**R:** Pues si entendemos donde obtiene sus beneficios económicos, es a través de la venta del periódico y de la comercialización de espacios publicitarios, que son ofrecidos y se ven de manera transparente, se publican los anuncios en el diario, yo diría que hay una mezcla de los entre los ingresos que se obtienen por la venta del periódico, los ingresos que se obtienen por la plataforma digital y por la venta de espacios publicitarios, tanto como al sector público como al sector social, social entendido como universidad, sindicatos , organizaciones...

**P: Hay algún porcentaje, no hay alguna preferencia o sector especial o privilegiado que se le venda más).**

**R:** Si, yo no lo conozco, pero debe de ser repartido, bueno quisiéramos venderle más a todos, *La Jornada* no impone ninguna barrera, estamos hablando en todo caso de publicidad lícita, nosotros no hacemos anuncios de prostitución, no hacemos anuncios de drogas, pero no hay ninguna limitación.

**P: ¿Se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** ¿Qué es el proteccionismo gubernamental?

**P: Sin el apoyo básicamente en términos institucionales),**

**R:** ¿No entiendo qué quieres decir?

**P: ¿En el entendido que el Estado pueda darle un apoyo económico para que pueda sostener económicamente y pueda mantener su producción?**

**R:** El Estado es un anunciante más, sin duda es un anunciante relevante, pero es uno más... yo no sé qué pasa en otros periódicos, pero el Estado es un anunciante más, ciertamente es un anunciante relevante, pero un periódico no es el caso de *La jornada*,

no está en el mercado buscando recibir protección gubernamental para hacer su trabajo, de hecho la historia de estos 33 años muestra cual es el carácter de este periódico.

**P: ¿La definición ideológica del diario supone un crecimiento en sus ventas?**

**R:** Yo no diría que exista una definición ideológica, sino una definición periodística y esa está muy clara desde el inicio del diario, debemos tomar en cuenta que *La Jornada* inició en 1984, donde existían muchas mayores restricciones a la prensa de las que existen ahora, pero el periódico nació con una idea muy clara y así está plasmado desde el número uno que se publicó, darle voz a los que no tienen voz, más que una definición ideológica, tenemos una definición periodística.

**Bloque temático 2: Estructura legal.**

**P: ¿Cuál eran las circunstancias legales con las que dieron inicio las actividades de La Jornada?**

**R:** Ya lo como lo dije, es una sociedad anónima, que opera con unas reglas como cualquier empresa mercantil, cualquier sociedad mercantil, está regida por la ley de sociedades mercantiles y tiene una estructura empresarial tal como lo establece la Ley de Sociedades Mercantiles, es decir; tiene sus accionistas, que son públicos, se pueden consultar en el Registro Público de la Propiedad, tiene una cantidad de accionistas que nombran a la directora en este caso, hemos tenido una director ahora una directora que han sido nombrados por los accionistas, la propia asamblea de accionistas designa a un consejo de administración que es el responsable de la gestión de la empresa.

**P: ¿Hablemos sobre las leyes que existen en nuestro sistema político, con respecto al ejercicio periodístico que existe en México?**

**R:** Más que leyes, el periodismo se basa en una garantía constitucional, que es la libre expresión y manifestación de la ideas, a partir de ahí existe como se sabe una Ley de Imprenta que data desde los años 30 del siglo pasado, está totalmente rebasada y actualmente hay, precisamente una discusión que no ha iniciado formalmente sobre un tema que se tocó en el bloque anterior y es la forma en la que se debe ejercer el gasto público en los medios de comunicación, eso no ha iniciado y no puedo hablar de algo que no ha iniciado, pero el marco jurídico es lo que da la Constitución y en el caso de la empresas que operan como sociedad anónimas y la Ley de Sociedades Mercantiles.

**P: ¿Platiquemos sobre el marco legal que existe en México, para el ejercicio periodístico?**

**R:** Es la misma respuesta, está basado en una garantía constitucional y que se ejerce dentro de los propios límites que establece la constitución y que la ley reglamentaria establece, existe la libertad de expresión, siempre y cuando las cosas que se publiquen sean verificadas, verídicas y sustentadas en hechos o documentos, no más que eso.

**P: ¿Considera que la Ley de prensa que existe actualmente, protege más el periodismo que al que ejerce el ejercicio profesional?**

**R:** Yo creo que van de la mano, el periodista es el que ejerce el periodismo, la constitución garantiza el libre ejercicio de una profesión o actividad, es decir, cualquiera de nosotros se puede dedicar a lo que considere y el periodismo no es ninguna excepción y la práctica periodística está sustentada, digamos, en el ejercicio de la libertad de expresión que está garantizada por la constitución no solo a los periodistas sino a todo los ciudadanos mexicanos, un menor de edad, un no ciudadano puede expresar lo que desee.

**P: ¿Hablemos si la libertad de expresión que existe en México tiene características democráticas de los países occidentales?**

**R:** A mí me parece que existe una absoluta libertad de expresión, sin que esto quiera decir esta no implique riesgos y en estos momentos, mi impresión es que los riesgos a la libertad de expresión, están determinados más por grupos privados que por el poder público.

**P: ¿Cuál es la relación de La Jornada con respecto a la libertad de expresión?**

**R:** La ejerce todos los días.

**P: ¿El marco regulatorio influye el ejercicio periodístico?**

**R:** Si claro, si no lo hace puede enfrenar dificultades, el ejercicio de la actividad periodística se basa en una garantía constitucional, pero yo creo que no debe ser vista, distinto o al margen de lo que ocurre de otras profesiones, los médicos están sujetos a un marco legal, los ingenieros civiles, los arquitectos, todo mundo, los límites a la profesión son lo que marca la ley; existe en las leyes mexicanas, está tipificada un delito

que se llama apología de delito, por un lado existe la libertad de expresión y se castiga la apología del delito, las leyes existen y dentro de ese marco en donde se rige la actividad periodística.

**P: ¿La influencia ideológica de los modelos económicos influye en las directrices legales en la editorial de su diario?**

**R:** No, la definición periodística y propuesta periodística se define dentro de *La Jornada*.

### **Núcleo temático 3.- ética profesional.**

**P: ¿Cuál es la ética profesional que existe en el periodismo en México?**

**R:** Existe un periodismo de alta calidad, cada vez más profesional, existe una generación de jóvenes periodistas tremendamente dotados, técnica, profesional y éticamente para ejercer la actividad, los últimos años del periodismo en México han sido excelentes, pero sin duda serán mucho mejores los que vienen.

**P: ¿Cómo se percibe al periodista con respecto a otras profesiones aquí en México?**

**R:** Bueno, eso es nuevamente creo es algo que debería contestar alguien más, porque un periodista daría una opinión sesgada, pero... Si se puede encontrar una aproximación, que son encuestas de percepción que se realizan y definitivamente no es la profesión ni el personaje más popular que hay, no está en la parte más baja de la escala, pero si esta en tercer o cuarto lugar, no tengo presente las encuestas, acaba de salir una hace dos semanas, deber ser fácilmente consultable de saber cuál es la percepción que la sociedad tiene en México de acuerdo a las encuestas de diversas actividades y propiamente de los medios de comunicación aparece como en tercero o cuarto lugar, no es la mejor valorada pero tampoco es la peor valorada, creo que la profesión cada vez se entiende más la relevancia de que exista una prensa en una sociedad no solo en México.

**P: ¿Existe una proporcionalidad con el nivel educativo y su ética profesional en el periodismo en México?**

**R:** Estoy seguro porque lo veo día a día, que hay periodistas más preparados y cada vez más conscientes de cuál es la esencia de la actividad periodística, definitivamente si claro, probablemente no se vea socialmente y no tendría por qué, porque el periodista no



es protagonista, pero realmente causaría sorpresa cualquiera investigación que mirara (sic), toda la serie de maestrías, doctorados, diplomados, cursos, talleres; es una actividad que está permanentemente educándose y actualizándose, porque no podría ser de otra manera, las nuevas tecnologías, las nuevas formas de comunicación, la demanda que tiene la sociedad con respecto a la información, hacen imposible que trabajemos con técnicas viejas, es una profesión, es una actividad periodística que hace muy elevada los estudios, es algo que se puede constatar todos los días.

**P: ¿Considera que debería de haber una regulación sobre la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** Ninguna, las libertades no se pueden regular, existen o no existen y punto, además quien la regularía, quien tendría que hacer una ley para regular al periodismo, los mismos personajes que son sujetos del escrutinio público, que van a ser la clase política, la clase empresarial o los jerarcas religiosos, van a buscar una regulación para que haya más escrutinio hacia ellos o menos escrutinio, esta difícil limitar el periodismo se ejerce pero no se regula.

**P: ¿Existe en México niveles de autonomía profesional en su ejercicio periodístico?**

**R:** Totalmente, los límites son la capacidad personal de cada quien.

**P: ¿Considera que la ética profesional del periodismo en México está basada en los principios liberales del capitalismo americano?**

**R:** No podría contestar eso.

**P: ¿La ética profesional del periodista está basada más en el ejercicio real de su trabajo que en filias políticas o económicas?**

**R:** Yo creo que el periodista siempre toma una posición, aunque se diga que es imparcial, es un tema que siempre se discute y siempre está en una interminable controversia, pero quizá la imparcialidad no exista, el mismo hecho de decir que es imparcial implica tomar una posición, el enfoque que yo le doy a una nota, la parte que mí me parece atractiva de una información, refleja en esencia una posición propia y si esa posición está apegada a las leyes y no implica tergiversar, mentir, calumniar, inventar, pues es una posición totalmente válida.

**P: ¿El periodismo es una actividad que está al servicio público?**

**R:** Si entendemos por servicio público el servicio social sí, es una actividad que tiene una profundamente arraigada en la sociedad, el periodismo informa sobre todo lo que ocurre, sobre todo lo que afecta o lo que puede afectarla, sin duda alguna, que actividad más pública puede haber que aquella que se basa en dar a conocer al público su trabajo.

**P: ¿En ese sentido el periodismo es imprescindible en un sistema político?**

**R:** El periodismo es imprescindible siempre, en cualquier circunstancia.

**P: ¿La relación entre el Estado y los partidos políticos determina el nivel de profesionalismo en la prensa?**

**R:** No, no tienen nada que ver.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo Político.**

**P: ¿Cuál ha sido la relación de la prensa en México con el sistema político?**

**R:** Hablemos desde la época liberal de la Reforma, que hay abundante documentación sobre eso, en esa época, durante el Porfiriato, durante la Revolución, durante la Etapa Postrevolucionaria, en la Etapa Actual; siempre ha habido una tensión, entre el periodismo y el poder político, porque no podría ser de otra manera, el poder político desearía que nadie se enterara lo que ellos hacen y el periodismo se dedica a dar a conocer lo que es de interés público, no todos están de acuerdo en que se sepan las cosas, no todos están de acuerdo a las críticas, eso es una tensión que existe pero es inherente al trabajo periodístico, la tensión siempre existe.

**P: ¿La prensa en México ha sido intermediaria a los intereses políticos o ha tenido una autonomía en su ejercicio periodístico?**

**R:** Yo creo, aunque suene contradictorio, la prensa es cada vez más autónoma del poder público, a lo mejor existe la percepción de que solo existe el poder político, pero no es el único poder, aquí en México hay historias muy documentadas de cómo un estamento del sector empresarial ha ajusticiado a los medios de comunicación, ocurrió con *El Excélsior* en los años 70, ocurrió con el canal 40 hace pocos años, ha ocurrido con segmentos del clero, que presionan para que no se den a conocer historias sobre los

pederastas, o empresarios que boicotean a parcialmente a periódicos que dan a conocer historias que no quieren que salgan a luz, yo creo que sería parcial decir que la tensión esta solo con el poder político, la tensión es contra todo tipo de poderes.

**P: ¿La autonomía política del periodismo genera un desarrollo y estabilidad laboral?**

**R:** Esto nos va a regresar a uno de los puntos iniciales, en este momento la única constante es el cambio, el mundo periodístico vive en una especie de licuadora, se está revolucionando uno de los sectores laboralmente más afectados con el cambio tecnológico, no solo decenas y decenas de compañeros han perdido su empleo, sino que las condiciones laborales se han precarizado por el cambio tecnológico.

**P: ¿Existe un temor de perder ingreso y beneficios por ejercer una autonomía de su ejercicio periodístico?**

**R:** Yo contestaría -si se me permite coloquialmente-, “todo aquel que le tenga miedo a las fantasmas, que no salgas de noche”.

**P: ¿Considera incompatible la objetividad con las filias partidistas o ideológicas?**

**R:** Yo creo que la forma de enfocarlo es si nos atenemos a los géneros periodísticos, es decir, yo tengo mi opinión política y mi opinión personal sobre múltiples cosas, pero mi trabajo es de reportero, yo tengo que reportar lo que ocurre, el mismo enfoque que yo le doy a una noticia revela en parte una toma de posición, ¿Por qué le doy relevancia a esto, sobre esto? Ahí yo tomo una posición, pero no puedo externar mis puntos de vista, simplemente estoy reportando un hecho que ocurrió: ¡un avión se cayó encima del mar! No puedo decir nada más. En cambio, por eso menciono los géneros periodísticos, yo soy un escritor de artículos de opinión, puedo tomar un hecho y opinar de cualquier cosa y estoy tomando una posición política claramente, el periodismo da varias opciones, informa y forma opiniones.

**P: ¿En ese sentido considera que hay una separación real con respecto a las instituciones del gobierno sobre el ejercicio periodístico?**

**R:** Si claramente, el periodismo informa de lo que ocurre no forma parte de esos poderes.

**P: ¿Hablemos si existe una intervención de organismos externos independientemente de los propios partidos o el gobierno, estamos hablando de sindicatos, ONG, organizaciones civiles en el periodismo en México?**

**R:** Si totalmente claro, todo actor que tiene relevancia, colectivo, organización, gremio; evidentemente tendrá presencia en los espacios periodísticos, donde se marca la diferencia entre un medio y otro es el enfoque, si hay una huelga en una compañía, un periódico le dará más relevancia a la posición de la empresa y otro le dará más relevancia a los trabajadores, un periódico buscara no dar voz a los trabajadores y otro si, un periódico buscara mencionar ese conflicto como parte de un fenómeno más global que afecta a todo un sector, ahí es donde se marca la diferencia, es el hecho de que exista varias opciones periodísticas, el enfoque que cada uno tiene sobre los hechos.

**P: ¿El periodista es una figura pública en México, existe una opinión politizada de los periodistas en México?**

**R:** Yo estoy de acuerdo en lo que dices, de que algunos periodistas son figura pública, estoy en desacuerdo de que eso sea así, el periodista no debería ser una figura pública, porque él no es el protagonista de los hechos, una buena idea que yo tengo de un periodista, es como la que dicen que debe de ser un buen réferi en una pelea de box, no es competidor. El mejor réferi es el que no se ve y efectivamente sí, hay cada vez más periodista que se asumen como figura pública, pero yo pienso que eso no debería ser así, el periodista solo debería de reportar lo que ocurre.

**P: ¿Comentaba hace algunos momentos esta separación profesional del ejercicio periodístico entre un reportero y el comentarista, que opina sobre esto, existe esta separación?**

**R:** Si claro, absolutamente y existe podría decir yo en todos los periódicos en México, si tú ves *La Jornada* tiene claramente marcados gráficamente, que es una noticia, que es una editorial, que es las cartas de los lectores, cual son los artículos de opinión, está perfectamente delimitado, aquí tengo otro periódico *El Universal*, hace exactamente lo mismo, ¿Cuál es una noticia? ¿Cuál es una opinión? Eso está perfectamente delimitado, yo creo que una forma correcta de enfocar el tema es: que los lectores son personas inteligentes, no les puedes engañar, no les puedes meter una opinión como noticia, no

les puedes meter un comercial como nota. En el periodismo el objetivo central es servir a un lector y para servirlo hay que partir de la base de que es el más inteligente.

**P: ¿En México existe la pluralidad informativa en el ejercicio periodístico?**

**R:** En México es absoluta la pluralidad, en la ciudad de México hay 30 periódicos, hay 20 estaciones de radio, hay canales de televisión, hay páginas de internet, hay blogs, es una pluralidad absoluta, en México yo creo que nadie puede decir que no puede externar su opiniones, o que no pueda hacer periodismo, sin que esto quiera decir por supuesto, que no existan tensiones o presiones contra comunicadores, hay casos absolutamente públicos y conocidos, pero la libertad existe.

**Nucleó temático 5.- Institucionalidad política.**

**P: ¿Hablemos del periodismo como parte importante del sistema político en México?**

**R:** El periodismo y los medios de comunicación son una parte esencial de la sociedad, la información, la transparencia, la investigación, todo eso, está relacionado con el periodismo; y un buen periodismo, una buena prensa forma parte de la salud democrática de un país, una mala prensa no hace bien al país.

**P: ¿Considera al periodismo como la representación política de una sociedad?**

**R:** Más que la representación política de una sociedad, yo veo un diario como el espacio donde una sociedad se comunica, donde una sociedad dialoga consigo misma, es decir; donde se ven reflejadas sus cuestiones cotidianas, sus vidas cotidianas, sus deseos, sus problemas donde se enteran de lo que hacen los funcionarios públicos, los empresarios. Un periódico es un espacio donde una sociedad se comunica consigo misma.

**P: ¿El periodismo en México, puede convivir entre su instrumentalización política y comercial con su profesionalidad objetiva?**

**R:** Yo creo que sí y nuevamente apelo al lector, ¿Qué sería de un periódico sin lectores? ¿Entonces, como parte de la pregunta es? ¿Si un periódico se inclina en favorecer a un candidato, aun partido, por favorecer a un gobierno? Por supuesto que existe, no podemos engañarnos ante eso, claramente existe, pero eso no genera lectores, a un lector se le puede engañar un día, pero no se le puede engañar dos días y es más fácil

ganar un lector que recuperarlo, ningún periódico quiere perder un lector, porque probablemente nunca lo recupere.

**P: ¿La Jornada basa su periodismo en los pilares del liberalismo americano?**

**R:** No tengo elementos para responder esa pregunta, básicamente porque no podría atreverme a opinar sobre el liberalismo americano, pero yo me aventuro a decir que *La Jornada* tiene una idea propia, no copia de otro lados, de hecho, voy más allá, creo que *La Jornada* en sus inicios fue pionero en una forma de hacer periodismo y en una forma de llevar una empresa periodística, no creo que sea un periódico, digo eso nuevamente hay alguien que lo vea de afuera podrá opinar mejor, pero no creo que su inspiración sea el estadounidense.

**P: ¿Considera al periodismo como un guardián de la moral de los medios de comunicación?**

**R:** No, la moral es un asunto personal y nadie tendría que entrometerse en la moral de una persona, el periodismo refleja lo que ocurre, no tiene más función que esa y esa no es poco, el periodismo no tiene que adoctrinar.

**Quiero matizar esa pregunta: ¿Se percibe al periodismo como el baluarte de la democracia en cuanto a los medios de comunicación?).**

**R:** Como baluarte no, porque el periodismo esta hecho por personas y las personas somos falibles, entonces, yo creo que, insisto, no hay que ubicar al periodismo más allá de lo que es, pero dicho esto; lo que es el periodismo es mucho, es algo muy relevante, social, cultural y políticamente. Es una forma de ir documentando la historia, casi en tiempo real, es una forma de servir a la sociedad, es una forma de informar, de aportar elementos de fenómenos sencillos o complejos, también de entretener, de orientar, pero hasta ahí, todo eso que dije no es poco, si se lograra eso sería excelente, pero más allá de eso límites no, el periodismo está ahí, el buen periodismo informa no adoctrina.

**P: ¿Considera que existe una crisis en el periodismo en lo económico con respecto a las nuevas tecnologías de la información?**

**R:** Definitivamente y esta pregunta si la hicieras en cada una de las redacciones, en cada periódico en el mundo, la respuesta seria sí. El cambio tecnológico, metió a los periódicos en un verdadero huracán, estamos siendo todos los periódicos, todos los

periódicos arrastrados por el cambio tecnológico, es un proceso que avanza a una velocidad tal y eso representa, incluso un riesgo social, porque ahora; los grandes son los generadores de opinión son los “agregadores” (sic), ahora el mayor distribuidor de noticias en el mundo es *facebook* y *facebook* no genera una sola noticia, se sirven de los que hacen todos los demás y lo rentabiliza, eso tiene consecuencias sociales tremendas, que ahora estamos viendo, hay todo un debate de las noticias falsas, pero también ha llevado a todos los periódicos a una crisis económica, claro que sí.

**P: ¿Considera que los ingresos por publicidad privada o pública determina el grado de profesionalidad en un diario?**

**R:** Si, en el sentido y quiero ser muy claro en esto, la determina en sentido que hacer periodismo es muy caro y hacer buen periodismo es todavía más caro, entonces; en la medida que las empresas periodísticas dispongan de recursos, van a tener una capacidad de hacer más y mejor periodismo. Yo considero que los límites o una parte de los límites para el periodismo están marcados por la existencia de recursos, no existe capacidad económica suficiente para hacer todo lo que se quisiera hacer.

**P: ¿Hablemos cómo considera la función del Estado en un sistema mediático?**

**R:** La función del Estado es garantizar que se respete lo que marque la ley, esa es la función del Estado.

**P: ¿Qué opina del empoderamiento y concentración de las empresas mediáticas a nivel nacional?**

**R:** Yo creo que esa parte existe y es consecuencia lo que hablamos antes, hay una crisis económica en todos los medios provocada por el cambio digital, por el cambio del modelo de negocio y eso ha permitido que otras empresas ajenas al periodismo, se hagan del control de los medios de comunicación. Pero eso en esencia ha abierto competencia, si se hace buen periodismo en todos los medios, si ha ocurrido, está asociado a las crisis económicas y si es un hecho que sectores empresariales encuentran ventaja en la propiedad de los medios de comunicación.

**P: ¿Cuál debería ser el papel del Estado en un sistema mediático capitalista?**

**R:** Yo insisto. ¿El Estado que es? Y no me refiero a la definición jurídica que todos conocemos, cuando decimos ¿Cuál debe de ser el papel del Estado, respecto a la libertad

de expresión o cual debe de ser el papel del Estado con respecto al periodismo? ¿A qué nos referimos? ¿A cuál debe de ser el papel del gobierno, del gobierno federal, de los gobiernos estatales, de los congresos? Yo creo que con que se respeten las leyes que existen es con eso suficiente y en ese sentido. ¿Quiénes son los encargados de que eso suceda? Algunas instituciones del Estado, el poder judicial, el poder ejecutivo, los órganos de procuración de justicia, que se castigue a quien ejerza presión indebida sobre los periodistas, en México es uno de los países donde más se asesina a periodistas, nosotros en *La Jornada* tuvimos el año pasado dos compañeros que fueron asesinados. ¿Cuál debe de ser la función del Estado? Pues encontrar a los asesinos y castigarlos, no más, no se le debe de pedir más de lo que la ley le obliga.

#### **Bloque 6.- Instrumental político.**

**P: ¿Cómo se define el tipo de relación institucional que hay entre los medios de comunicación con el Estado en las tres últimas décadas?**

**R:** Yo creo que ha cambiado muchísimo, ha habido un cambio absoluto, la relación que sí fue de cierta subordinación en el pasado, ahora se ha tomado en una relación de respeto, simplemente el periodismo hace su función, las instituciones ejercen la suya y creo que tal como lo plantea la pregunta, existe una relación plenamente institucional, en la que ambos se reconocen, saben la función de cada uno y diría que convivimos, pero más bien estamos condenados a convivir y lo digo de mejor manera posible; sin que eso quiera decir que no existen tensiones, fricciones o conflictos, a lo que hice alusión hace rato, de comunicadores de una intachable capacidad profesional que pierden su espacio público por tensiones con el poder político.

**P: ¿Qué relación ha tenido la prensa con el modelo económico neoliberal?**

**R:** Ahí sí me parece que habido una clara definición, entre una parte de prensa que de manera acrítica se asumió que era inevitable la implantación de ese modelo y otra prensa que consideró que vulneraba totalmente el bienestar de la sociedad, yo creo que este caso se puede apreciar claramente, que hubo una diferencia en el enfoque que le dio al cambio económico que se le dio como país a partir de mediados de los años 80.



**P: ¿Cuál fue la postura de *La Jornada* con respecto a las políticas económicas por parte del TLC?**

**R:** Aquí en este punto me gustaría aclarar que yo no puedo hablar de la posición *La Jornada* sobre tal o cual tema, pero como trabajador de *La Jornada* que ya estaba aquí cuando fue firmado el Tratado de Libre Comercio y como lector de *La Jornada*, pues trabajo y leo *La Jornada*, el periódico mostro un posición crítica al TLC y la crítica se centró en varios aspectos, pero básicamente que era un tratado que imponía condiciones iguales a desiguales.

**P: ¿Considera que tuvieron una responsabilidad como institución de opinión pública ante la sociedad, sobre las consecuencias de tales políticas económicas implantadas?**

**R:** Responsabilidad ninguna, porque un periódico no diseña políticas, ni las lleva a la práctica, pero posición si y como dije antes fue posición crítica.

**P: ¿Cuál es el nivel de ética profesional que tiene su diario con respecto a sus trabajadores?**

**R:** Nuevamente yo no puedo hablar por el diario, pero como trabajador puedo decir que *La Jornada* es el mejor diario para trabajar en México, no hay otro que ofrezca las mejores condiciones para trabajar.

**P: ¿Considera que Estado mexicano ofrece una libertad de opinión en los medios de comunicación?**

**R:** La respuesta breve es sí, pero hay que matizarla, insisto, la libertad de expresar y ejercer esa garantía constitucional es mayor que nunca hoy, pero esto no quiere decir que no exista problemas, intentos de censura, censura veladas, presiones a propietarios de los medios de comunicación, hasta acciones violentas, pero en términos generales no hay hoy una restricción a la libertad de expresión como la que existía hace 20 o 30 años. Ha habido avances muy importantes.

**P: ¿Considera que *La Jornada* posee características del modelo económico neoliberal para seleccionar a su personal?**

**R:** Definitivamente no, insisto, la propiedad de *La Jornada* no pertenece a un empresario, pertenece a una comunidad de accionistas donde hay artistas, pintores, escritores, académicos, dirigentes sociales, políticos; es un mosaico de la sociedad, es una empresa que no se ha planteado como objetivo la creación de ganancia, simplemente por crear ganancia, es una empresa que ofrece buenas prestaciones a sus trabajadores, es una empresa que no reparte dividendos a sus accionistas, en ese sentido es todo lo contrario a lo que entendemos como una empresa neoliberal.

**P: ¿Algún comentario más que quiera decir?**

**R:** No ninguna, ya fue muy amplio lo que tocamos

**Entrevista 7.-**<sup>439</sup>

**Núcleo temático 1.- Desarrollo económico**

**P: ¿Cuánto cuesta iniciar un diario como *La Jornada*?**

**R:** Es incuantificable, lo que yo conozco la historia de *La Jornada*, es una historia singular, porque inició del esfuerzo de intereses muy diversos, tanto de periodistas como de políticos, que decidieron una vez que salieron del periódico *Uno Más Uno*, montar un nuevo periódico, un nuevo proyecto periodístico, es incuantificable cuánto cuesta en estos momentos, poner en marcha un periódico, no hay un presupuesto que se pueda poner como ejemplo, para decir cuesta 20 millones, 30 millones, porque también depende que tipo de periódico que vas a poner, si es un periódico regional, local, como se conocen aquí en México, periódicos nacionales, la infraestructura es totalmente distinta. Un periódico en la Ciudad de México, generalmente grande, debe de tener su propio sistema de distribución, su propia imprenta, sus propias distribuciones corporativas, donde aparte existen las redacciones del periódico, ahora con las nuevas

---

<sup>439</sup> Roberto Alejandro Garduño Espinoza. *La Jornada*. Edad: 54. Lugar de estudio: UNAM. Lic. en historia Cargos en el diario: Reportero doble aa de información general, cubre el congreso cámara de diputados y senadores, jefe sección de corresponsales nacionales, coordina la información general de información, integrante del consejo de administración de *La Jornada*. Presidente de la distribuidora del periódico *La Jornada*. Años de trabajo: 28. Situación actual laboral: Reportero y coordinador de editorial.19/02/2018.

tecnologías, no solamente la redacción del periódico escrito es la que existe, también ya hay nuevos departamentos de internet, de redes sociales; tendríamos que desentrañar muchísimo un ejemplo particular, para poner un periódico, yo no te podría decir cuánto cuesta como *La Jornada*, si yo quisiera poner un periódico en Morelia (Michoacán), seguramente con 20, 30 millones de pesos me bastaría, porque maquilaría la producción del periódico, tendría que rentar un local, son distintas circunstancias, aquí en la ciudad de México hay una infraestructura distinta a cualquier periódico.

**P: ¿Cuál fue el crecimiento de ventas y difusión del diario en su origen?**

**R:** Cuando *La Jornada* 1984 nació, fue un periódico que no tenía ningún monto presupuestal para crecer, de hecho para haber nacido, desde el primer día en que *La Jornada* empezó a salir, los directivos del periódico se tronaban los dedos porque no teníamos dinero para la producción del día siguiente, fue muy difícil, para poner en marcha un periódico como *La Jornada*, como se incrementan las ventas, *La jornada* es un periódico que viene del rompimiento de otro periódico del *Uno Más Uno* y de algunos periodistas que venían del periódico *El Excélsior*, que con junto con Julio Cherre renunciaron en 1976, de esa empresa, pero más que renunciaron fueron echados, por su manera de trabajadores.

El primer año fue de mucha dificultad financiera para poder sostenerse, pero era una nueva visión del periodismo que nace en un momento muy particular, coincide con el agotamiento del régimen priista tradicional, que había gobernado este país a principios de años 80 y ahí comienza a gestarse un debilitamiento institucional por parte del gobierno y coincide también con un fenómeno natural, que fue el sismo de 1985, precisamente *La Jornada* nace 19 septiembre de 1984 y un año después ocurre un sismo, con características catastróficas para este país, aunado al debilitamiento institucional, político y económico, pero sobre todo político y las demandas sociales que se empiezan a generar a raíz del sismo, que fue cubierto por este periódico de una manera muy especial, porque se les dio a la sociedad la voz que no tenía, porque y los periódicos que ya existían les negaban a esa sociedad, así como los medios electrónicos, entonces *La Jornada* se convierte en un referente y obviamente sus ventas exponencialmente crecen.

**P: ¿Cuáles fueron los sexenios donde *La Jornada* ha tenido mayores beneficios económicos?**

**R:** Yo estoy en el Consejo de Administración en el periódico desde hace diez años, conozco la historia económica y financiera mejor que nadie y puedo decir tajantemente, que nosotros nunca hemos tenido una época boyante, no hemos tenido mejores épocas para el periódico, apenas hace 12 años nos hicimos del edificio donde actualmente trabajamos, la imprenta nos hicimos de ella hace 18 años, no hay una posición financiera como puede haber en otros periódicos en el mundo que inician con capitales muy elevados para poder iniciar sus tirajes.

Nosotros iniciamos con cero, tiene que entenderse que este periódico, como un periódico extremadamente particular y no estoy diciendo que sea un milagro, pero tenemos que observar que el nacimiento de *La Jornada*, como un medio en el que se nace en la locura de unos cuantos periodistas, políticos y abogados, por emprender un proyecto distinto al que ya existía en México, que estaba profundamente ligado al priismo y al sistema político y que aún sigue estando profundamente ligado no solo al priismo sino al régimen en turno, es decir; los periódicos en la actualidad, 32 años después de que se fundó *La Jornada*, son la mayoría dependiente del presupuesto público, prácticamente en su totalidad y podemos irnos a los números presupuestales del gobierno mexicano en materia de los recursos que se asignan constitucionalmente a los medios, aquí la determinación de pagar publicidad a los medios, no se asume por el número de periódicos que se venden, si no se asumen por el equipo editorial que es evidente de apoyo al régimen, aquí tenemos la situación del periodismo y de los periódicos en México es muy particular, tienen que profundizar sus estudios, porque generalmente se nos quiere comparar con medios de otros países, sean América latina y otros países que tienen la misma trayectoria.

**P: ¿Económicamente el diario se desarrolló a un lado de las políticas económicas neoliberales?**

**R:** Siento que México ha repetido a lo largo de su historia de la inversión social, que significa esto, este periódico, es propiedad de 150 dueños, no hay un dueño, somos 150 accionistas comunes, propietarios del periódico, cuando empieza a crecer su tiraje y la sociedad se ve reflejada en las páginas del diario, la sociedad empieza a ver en *La*

*Jornada* una necesidad de anunciarse también, se convierte en un ingreso muy importante en la historia del periódico. Porque nosotros tenemos un ingreso comercial de solamente, significa porcentualmente para los ingresos totales de los periodistas del 8% de los ingresos totales, la publicidad comercial está totalmente prohibida, porque hay una política de las cámaras comerciales y del sistema económico de este país, de no darnos publicidad comercial; cuando preguntas por lo económico, porque aparte el neoliberalismo es un término muy particular, porque el neoliberalismo no existe, existe el liberalismo, lo hemos aceptado como una caracterización de la imposición de las políticas liberales economicistas de los Estados Unidos, sobre todo de la Escuela de Chicago.

Cuando a principios de las 80, viene este cambio en el sistema económico mexicano, el gobierno abandona su obligación de atender a la sociedad en términos de seguridad social, de empleo, de seguridad, el sistema político abandona sus obligaciones y con este cambio económico, político que traen personajes como Miguel de la Madrid y llega a un grado extremo con Carlos Salinas de Gortari, junto con todo este grupo de neoliberales, dentro de *La Jornada* eran salinistas: Héctor Aguilar Camín, Raúl Trejo Delabre, Pablo Iriar. Había un grupo de estos personajes salinistas que apoyaban las políticas económicas de Salinas que fue el primer presidente, que inicio después de Miguel de la Madrid, ya de una manera mucho más engrosada, el que puso políticas públicas bastantes perjudiciales y leoninas para el bien público y para la sociedad.

**P: ¿Hablemos como recibe la globalización *La Jornada* en cuanto al desarrollo económico?**

**R:** La globalización es un fenómeno donde todos estamos inmiscuidos, queramos o no, no nos podemos volver anacoretas, la globalización nos alcanzó en todos los términos, y la globalización como tú sabes es un sistema impuesto, desde las altas esferas del comercio mundial, es precisamente donde viene todo estas escuelas económicas llamadas neoliberales; el polo económico es el que impone este sistema globalizador, que desde mi punto de vista, rompe las fronteras, no solamente ideológicas, sino de obligación de los estados para poder brindar a sus gobernados, seguridad, la globalización es leonina, es un fenómeno que nos ha subsumido a todos en la conformidad, en el individualismo, en un proceso de desgaste social, en el cual el principal perjudicado es el pueblo.

En términos informativos, todos nos sentimos más informados, en la globalización sentimos que estamos híper informados, pero lo que el sistema quiere con tanta información lo que genera es un proceso de desinformación absoluta, ahí vemos a los *mainstream*, esa es la razón de los grandes medios de comunicación, que es la de súper informarnos para cuando veamos un noticiero de tv o vía internet, no recordemos lo que dice al final del noticiero o cuando leemos el encabezado de un periódico y ya llevemos varias páginas, no recordemos la nota de ocho, por tanta información de las que somos receptores. La globalización en la que vivimos, no nos podemos sustraer, ha generado en la sociedad un empobrecimiento, porque no somos más críticos, hemos caído en un fenómeno de alineación colectiva.

**P: ¿Cuál es el sector del mercado donde mayores beneficios han tenido el diario?**

**R:** Sin duda, el gubernamental.

**P: ¿Se puede desarrollar un diario con estas características sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Ningún medio escrito y esto te lo puedo firmar, puede sobrevivir, ante esta realidad en México por lo menos, que es la más cercana que todos conocemos aquí, sin la publicidad gubernamental, ninguno sobrevive, ni el *Reforma*, ni *El Universal*, podría firmártelo que esos periódicos viven principalmente de la publicidad gubernamental.

**P: ¿Hablemos si económicamente la definición ideológica editorial de La Jornada supone un crecimiento en cuanto a sus ventas?**

**R:** Sin duda, los periódicos más importantes en el mundo, hablemos no solamente del *New York Times*, hablemos de *Globo*, la línea argentina no me gusta mucho porque también es de tendencia conservadora, el *País* en España y eso que ha caído en desuso, por lo menos en América, que era un periodismo de lucha, pero a raíz de que quebró y fue vendido principalmente a un empresario mexicano, *La República* en Italia, *The Financial Times* en California, todos los periódicos importantes, todos tienen una definición ideológica y en México también, *Reforma*, *Excélsior* también tienen una posición ideológica y por supuesto que *La Jornada*. Y eso es lo que nos hace distintos y diferentes a la hora de abordar la información, es precisamente ahí donde los matices se definen, claro que la definición ideológica coadyuva a las ventas, pero algo importante que te quiero decir, las ventas en este país no solamente de *La Jornada*, sino de todos

los periódicos, vienen en caída libre y más cuando se han incrementado los precios de portada. El único periódico que mantiene el precio de portada desde hace 15, 20 años es *La Jornada* de 10 pesos, hoy *Reforma* cuesta 20, estamos hablando de una sociedad, donde el ingreso, el salario mínimo es de 83 pesos, si compro un periódico de 10 o de 20, les estoy quitando a mi familia por lo menos un kilo de tortillas, la gente lee cada vez menos, esa es la realidad.

## **Núcleo temático 2.- Estructura legal**

**P: ¿Cuáles eran las circunstancias legales que existían en México al inicio de *La Jornada*?**

**R:** La prensa dentro del sistema político priista se venía manifestando desde finales de los años 70, principios de los años 80, el debilitamiento institucional se manifiesta cuando se desatiende de sus obligaciones, se abre el libre mercado, el libre mercado es el “boom”, el libre mercado se convirtió como la salvación nacional y eso le dio impunidad política, impedía al gobierno mantenerse como el ente infra/político que siempre había dado gobernanza a este país. Debido a que la sociedad empezó a exigir nuevas propuestas, nuevas interacciones sociales, hicieron entrar en crisis. El sistema político legal en México, se encontraba ya, cuando menos cinco años atrás, cuestionado, muy cuestionado, porque habíamos tenido una Presidencia con López Portillo en la que había hecho del Estado benefactor una mescolanza, ante la abundancia petrolera. La sociedad empezó a percibir que el sistema político no era un sistema político que servía y de alguna manera de ahí proviene tal vez las dudas y dificultades que tenía el gobierno para enfrentarse a una sociedad que venía despertando de un nuevo giro, no solamente nacional sino mundial, los 80 fueron clave en el mundo para el cambio ideológico y de imposición de lo que tú comentabas hace un momento sobre el neoliberalismo económico.

**P: ¿Hablemos del marco legal que existe en México sobre la labor de los periodistas?**

**R:** Es muy pobre y los coloca en una indefensión.

**P: ¿Protege más al periodismo que al que ejerce la labor periodística, protege más a las empresas?**

**R:** Protege más a las empresas, porque las empresas tienen una relación, -por decir una palabra- un “amasiato” muy perverso con los gobiernos en turno los propios periodistas, los periodistas en México pueden reforzar a... aparte de inoportuno y contingente, pueden estar y no estar, porque finalmente, si no se apuesta a otro, eso es lo grave, es una paradoja terrible; en materia de derechos, estamos muy lejos de poder de aceptar que somos reconocidos, ni legalmente, ni físicamente, corremos un peligro permanente en este país.

**P: ¿Con respecto a la libertad de expresión como estaríamos comparativamente con los países occidentales?**

**R:** En los países occidentales también hay persecución, también hay corrupción y hay presión, sin duda, sin embargo; el derecho en esos países es de más avanzada, hay protocolos mucho más seguros en la protección de los periodistas que aquí. Aquí los periodistas salen de su casa sin saber si van a regresar, o si lo que vas publicar no sabes si vas perjudicar a alguien, te ponen el “fierro” y no sabes que va suceder, dígame de autoridades establecidas o delincuentes o hasta políticos. No tenemos una seguridad que nos garantice, por lo menos, nuestra integridad física.

**P: ¿El modelo económico neoliberal actual, influye en el marco legal sobre los medios de comunicación?**

**R:** Sin duda, porque si observamos la narrativa de los medios, el sistema legal, da legalidad al sistema laboral, los medios se benefician, con excepción de *La Jornada* y *Proceso*, los dueños somos periodistas, los demás son empresarios, algunos tienen algunas tradición periodística de familia, pero la mayoría son dueños de conglomerados de hoteles, de centros de la iniciativa privada, mueblerías, de empresas de seguridad privada, esos son los dueños de los medios, obviamente hay una conexión bastante cuestionable entre los propietarios de los medios y el sistema económico neoliberal. Yo siempre digo, que hay una convivencia con objeto de que los dueños que compran medios, estén comprando cartas de impunidad a la hora de enfrentarse al sistema legal.



### **Bloque temático: 3.- Ética profesional**

#### **P: ¿Cuál es la ética profesional del periodista en México?**

**R:** Yo voy a responder en dos planos, el plano más importante es de los reporteros que ejercen el periodismo, todos los días, saliendo a la calle a conseguir a buscar información, ahí la ética de estos periodistas esta menos manoseada, si se puede decir, por los grupos de intereses, que los del segundo bloque de periodistas, que son los columnistas, los que tienen un programa de radio, un programa de televisión, que todos ofrecen sus servicios al mejor postor. Ahí es donde se rompe esa frontera entre la ética y los periodistas de diario de los que salen a la calle, los reporteros, desde mi punto de vista son los que tiene más credibilidad y honorabilidad. Los otros periodistas entre comillas más famosos, podría decirte esta el 99 % está comprometido.

#### **P: ¿Cómo se percibe al periodista con respecto a otras profesiones en México?**

**R:** El periodista en México es muy ingrato, yo ejerzo el periodismo pero yo no soy periodista de profesión, yo hice mi carrera en materia de historia, pero desde muy joven me metí a trabajar en una redacción, desde los 13 años me metí a trabajar en una redacción, para mí el olor de la tinta fue lo que me atrajo a esto; mi esposa es historiadora, ella tiene un doctorado en historia, ella si ejerce. Yo pude tener un doctorado en historia, pero el periodismo es mi pasión, pero la percepción con otras profesiones es muy ingrata, hay mala paga, no se paga como en otras profesiones, debería corresponder a alguien que arriesga su vida todos los días; en comparación a otras profesiones el periodista es una profesión de calle, están en la calle todo el día no es como un doctor en un consultorio, como el abogado en una oficina o en un juzgado, te puedes encontrar lo menos insospechado en tu labor diaria, pero comparado con otras profesiones, esta es una profesión súper desgastante, pero súper apasionante porque vive lo que la mayoría de la gente no vive y se entera de lo que a mayoría no se entera y conoces a los personajes más interesantes de la política mexicana.

#### **P: ¿Profesionalmente hay una proporción con nivel educativo en el periodismo en México?**

**R:** Yo creo y esto lo hemos dicho esto no se vende en la calle, el periodismo se aprende en la calle todos los días, yo veo a mis alumnos en la UNAM, que quieren terminar su carrera para dedicarse a su beca de maestría, para después una beca en el doctorado y

después un posdoctorado y ahí se la llevan, pero nunca tienen una experiencia profesional, mi hipótesis es que no hay incentivos para decir quiero ser periodista, porque no hay practicantes, en este país, en cuestiones de sueldos, en la ciudad de México de 6000 pesos al mes, proporcionalmente en dólares son 300 dólares al mes, yo gano mi salario nominal es de 48 mil pesos, son 2500 dólares, pero si buscas un término medio, de 18 mil pesos, no alcanza para nada, ni para ir al teatro, la vida del periodista es muy complicada.

**P: ¿Considera que debería de existir una regulación a la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** Si claro, la ética profesional de los dueños de los medios, la ética profesional de lo que se dicen periodistas pero no lo son, porque no reportean, ellos investigan pero no entrevistan, sobre todo ellos tienen que regularse necesariamente en la labor profesional en materia ética.

**P: ¿Considera que el periodismo en México tiene principios del liberalismo capitalista americano?**

**R:** Si claro, es una pregunta que va asociada con las anteriores, el fenómeno global económico, claro que influye diario, nos pone condiciones muy específicas para desarrollar esta actividad, porque también los medios tienen que sobrevivir.

**¿En ese sentido la ética del periodista está basada más en su trabajo que en su labor profesional? R:** En su trabajo. Muchos de los periodistas que estamos actualmente, estamos por gusto, es una satisfacción, una necesidad de vida, yo tengo dos negocios, si no, no podría vivir, si a mí me resulta difícil vivir con 46 mil pesos, tengo que pagar escuela de los hijos, tengo que pagar todo, es muy complicado.

**P: ¿Hablemos si la relación entre Estado y los partidos políticos, determina el nivel de profesionalidad que se da en los medios de comunicación, principalmente en la prensa?**

**R:** Tirante. Como te comentaba hace unos momentos, los periódicos necesitan y requieren ganar, un periódico es un gran negocio, sustentan sus ingresos en el pago de nóminas muy bajas, yo te comentaba hace unos momentos que las nóminas de los periodistas son bajas y los ingresos de los propietarios de los diarios son muy altas, yo

tengo un salario muy alto como reportero profesional en la ciudad de México, porque en *La Jornada* existe la política pagar bien a sus colaboradores, antes que se vayan a pedir o/a recibir dinero. Es un asunto donde los dueños, como, Alejandro Junco en *Reforma* no es pobre, aparte de que *Reforma* ya no es de Alejandro Junco, Slim lo compró hace dos años, ya es accionista mayoritario; son empresas que ganan mucho, pero sus nóminas ganan muy poco, la verdad hemos dejado que nos maltraten como gremio, porque además no tenemos ninguna capacidad de decidir, estamos muy desorganizados, se han intentado crear sociedades de periodistas u organismos de defensa de periodistas, pero no se ponen en marcha, porque quienes la inician van y reciben dinero de los gobiernos, de los funcionarios, lo que sucede en México es algo muy lamentable y eso se tiene que decir.

#### **Bloque temático: 4.- Paralelismo político**

**P: ¿Cuál es la percepción de la prensa en México con respecto al del poder político?**

**R:** El poder político en los últimos 30 años ha sido corrupto y corruptor, la percepción de la política y los partidos es que se ha convertido en una mafia que no suelta el poder por nada, la política es un gran negocio.

**P: ¿Se puede ser objetivo para poder crecer como periodista?**

**R:** Claro, la congruencia paga, si eres congruente con tus principios y tus principios apuntan a la credibilidad, vas a tener beneficios también.

**P: ¿Hay un temor en el periodismo de perder los beneficios económicos en el uso de la objetividad periodística?**

**R:** Es que, cuando dices beneficios económicos, es como si viviéramos en Colombia y nos pagaran en promedio mensual a los periodistas tres mil dólares, el periodista en México no puede estar conforme con su deterioro económico, yo no puedo estar conforme con la que gano, porque es poco. Si tú ganas bien eres muy objetivo, si ganas mal, en algún momento el poder económico y político te va alcanzar, porque te va pretender sobornar.

**P: ¿Esta objetividad no tendrá que ver más con filias partidistas que con cuestiones económicas?**

**R:** No, yo creo que son de las dos, todos tenemos filias y fobias políticas, yo tengo filias políticas.

**P: ¿En términos generales hay una separación del gobierno y los partidos?**

**R:** No, está muy vinculado, aquí el poder político se ha encargado de hacer dependiente al periodismo comprándolo, si hay una vinculación, es para hacer otra tesis de doctorado, entre el poder político y los medios de comunicación que se involucran entre sí, a través de una vinculación pecuniaria, es decir económica.

**P: ¿La imagen del periodista, como figura política, se contrapone al ejercicio periodístico objetivo y profesional? ¿Tenemos un periodismo politizado?**

**R:** Si hay una tendencia, sobre todo se da en este segundo nivel de periodistas, como se dice aquí la “comentocracia”, los que hacen columnas políticas, los que tienen espacios en radio y televisión, comentarios; a ese nivel si se da.

**P: ¿Entonces si hay una separación entre el reportero y el comentarista?**

**R:** Claro, el reportero es totalmente distinto a ese sector, incluso económicamente. A esa “comentocracia”, así se le dice, no es un término mío, a esa “comentocracia” se le paga muy bien y al periodista de la calle se le paga mal, pero incluso el ejercicio ético del periodista de la calle es más comprometido, no solamente ética, sino con la sociedad, porque el periodista de la calle, vive ahí con la sociedad, somos parte del sector mayoritario y nos duele lo que pasa igual que a la gente, cuando suben la tortilla, a diferencia de otros países que sí salen a protestar, aquí cuando suben las cosas no salen a protestar, pero finalmente nos duele; finalmente si hay una diferenciación bastante marcada entre estos pequeños “comentocratas” y un gran sector del periodismo a diario.

**Bloque temático 5.- institucionalidad política. El periodismo como parte de las instituciones del sistema político**

**P: ¿Considera que el diario es la representación política de una sociedad?**

**R:** Si de un sector, es decir, no representan políticamente a la sociedad, los diarios se identifican políticamente o viceversa, la sociedad también se identifica con los diarios, por eso los compran, porque hay una complementariedad.

**P: ¿Se puede entender la instrumentalización económica de un diario y su profesionalidad objetiva?**

**R:** Yo creo que eso tendría que ser parte de la fórmula, el ser objetivo, pero también ser una empresa que gana, está en su derecho, es su labor y es mi obligación social informar con veracidad, pero también tengo derecho como empresa a ser una empresa que gane y con eso poder pagar a mis empleados.

**P: ¿Tenemos en México características del periodismo estadounidense?**

**R:** Hay una idea del periodismo americano desde *Wáter Gate* y últimamente película *Spotlight*, de periodistas impolutos, pero obviamente eso ni aquí ni en China. Los periodistas también defienden tienen y defienden intereses, todos, no hay periodistas que puedan subsumirse a esta realidad, todos tenemos intereses, pueden ser ideológicos, políticos o empresariales, pero todos tenemos intereses.

**P: ¿Considera al periodismo como el guardián de la moral profesional de los medios de comunicación en México?**

**R:** Yo creo que sí, el periodismo desde una perspectiva podría ser, si es posible, factible, que los periodistas seamos los guardianes éticos, pero se contraviene. Te decía hace un momento que el periodista en México no tiene la capacidad, no hay un sindicato que lo proteja de los medios o del poder, aquí en México si estamos en contra de una empresa te despiden no abiertamente, si no al instante. Si podríamos convertirnos, no en un intelecto, sino como una idea, que permea a la sociedad, que lo que haga el periodismo con su trabajo, va a garantizar que lo diga es la verdad que salga reflejado en los medios, eso sí significaría que seamos vigilantes de los medios, porque estaríamos predicando lo que a la sociedad le interesa que se publique.

**P: ¿Hablemos sobre la crisis del periodismo en México?**

**R:** En México y en el mundo, el uso de las redes, sobre todo en México es un caso muy particular, nos ha llevado a cuestionarnos incluso la vida misma de los medios escritos, estoy convencido de que el hombre mientras siga siendo hombre, va seguir leyendo

papel. Y si yo quiero morirme así, pero si hay la influencia de las redes sociales como herramientas, la hemos exponenciado, como parte de nuestra vida, son la extensión nuestra para poder trabajar, tenemos un problema muy grave, que sí sirven las redes sociales sí, pero no han hecho entrar en crisis; ante la pobreza de una sociedad como la mexicana, en la que comprar un periódico implicaría para un trabajador de 83 pesos diarios, casi gastar la quinta parte de su salario en un periódico, pues mejor opta por comer que por leer. En *La Jornada* hicimos una ejercicio sobre lectoría, *La Jornada* se lee mucho en universidades, en centros de trabajo, como periódico de izquierda que contiene movimientos sociales, nos interesa ver que piensa este sector; un periódico diario se lee, se pasa entre manos entre ocho a doce personas al día, la gente si lee pero es caro, ante esto la gente prefiere comer y aparte el uso de esto, de estos teléfonos (móviles), nos ha hecho una extensión de nuestras vidas, nosotros estamos muy entrelazados con las redes. Porque aparte esto te da pertenencia, las redes nos da pertenencia a... Y nos olvidamos de la soledad mientras no pertenezcas pues no te dan acceso, si estamos en crisis, pero tenemos que adaptarnos como medios escritos al uso de la tecnologías, pero más que adaptarnos, tenemos que acercar, modificar al interés de los medios; nosotros no tenemos que estar al servicio de los “likes” y esas cosas que vienen en las redes sociales, nosotros tenemos que estar al servicio de lo más importante que es la sociedad.

**P: ¿Hablemos sobre el empoderamiento y concentración de las empresas mediáticas a nivel nacional?**

**R:** Cada vez más creciente, este empoderamiento, porque las empresas periodísticas dejaron de ser empresas manejadas por periodistas y se han convertido en parte de conglomerados empresariales, los medios sostienen los grandes intereses empresariales.

**P: ¿Cuál debería de ser la postura del Estado ante un sistema mediático capitalista?**

**R:** Reordenar la relación entre los medios, la sociedad y todos los poderes existentes, poder político, poder económico y el poder de las mafias, porque también en este país operan, es ahí donde el gobierno tendría que regular. En México la regulación, simplemente, como decimos aquí, nos las pasamos por el arco del triunfo, no nos gusta estar regulados en nada, si no respetamos un semáforo, si no respetamos la cebras en las

avenidas, si no respetamos al conductor de al lado o al que camina a un lado, eso sucede todos los días y todas las horas, es difícil de entender que podamos ordenarnos en un sector tan importante como es entre el poder político y los medios. Los medios tienen que estar regulados forzosamente por el Estado, pero el Estado se ha hecho omiso, porque es conviviente con las empresas tanto editoras como de comunicación de todos los ámbitos.

### **Núcleo temático 6.- Instrumental político**

**P: ¿Hablemos de cuál ha sido la relación en las últimas tres décadas del periodismo y su responsabilidad social, con respecto a los medios, al TLC y al modelo económico neoliberal?**

**R:** La responsabilidad de los medios en México esta reprobada, ellos son parte del deterioro nacional de este país. ¿Por qué? Porque somos voceros del sistema, somos voceros de sí mismos, es muy perverso pero así es, ellos están reprobados en su responsabilidad social de informar con verdad y respecto al TLC y el sistema político neoliberal, ha sido de lo más pernicioso; desde Carlos Salinas de Gortari y sus secuaces y sus voceros, que nos vendieron la idea como país que el TLC nos iba a abrir las puertas del primer mundo, mentira, solamente salvo a un sector muy focalizado en el país que es el 0.0.0.8 % de la población que son los empresarios que se han beneficiado con este sistema. El TLC fue muy perjudicial para el país, porque rompió las cadenas participativas, porque deterioro de una manera rapaz a las pequeñas empresas, que son las que le dan sustento a este país, ¿Dónde se generan la mayoría de los empleos en México? En las PYMES y al TLC las vino a perjudicar y aun al día de hoy son las que generan el mayor número de empleos. No merecen ningún tipo de agradecimiento y consideración política a un tratado que nos han tratado -valga la redundancia- mal, al contrario, si este adefesio no existiera, creo estaríamos mejor, en mejores condiciones económicas, ganaríamos más, por lo menos dignamente. Y con respecto al modelo económico neoliberal es lo que nos inculco las naciones del norte del hemisferio, las capitales del mundo: Washington, Bonn, Londres, Paris, Roma. Nos han impuesto este sistema, que tan solo en México, hoy tiene postrados al 60% de población en pobreza. Como comprenderás como mexicano la situación es muy compleja, que si nos ponemos a reflexionar todo lo dicho, es tan grande el enredo que no sabríamos por dónde empezar a desmadejar el hilo.

**P: ¿Considera que La Jornada posee características neoliberales en la contratación de su personal?**

**R:** Si, todas las empresas en este país tienen las características, no hay ninguna que no, características que impone el sistema neoliberal, negarlo sería ofensivo, por supuesto que sí, tiene estas características, a pesar de ellas; lo que se ha pretendido hacer durante 32 años en *La Jornada*, es mantener a su planta laboral de las mejores condiciones económicas, que no se puede, porque no nos pagan mal, porque no se puede pagar a la mayor cantidad de compañeros, ese es otro problema, pero si tenemos esa características como cualquier empresa, es más, deberíamos detenerlas como cualquier empresa.

**P: ¿Algo más que desee añadir?**

**R:** No gracias, creo que ya fue suficiente, si sigo te voy a deprimir totalmente.

**Entrevista 8.-** <sup>440</sup>

### **Núcleo Temático 1.- Desarrollo económico**

**P: ¿Hablemos de cuánto cuesta iniciar un proyecto periódico como el de *La Jornada*?**

**R:** A *grosso modo* no tengo la cantidad, evidentemente es un proyecto bastante costoso, aunque si lo vemos desde un punto de vista del surgimiento de un periódico tradicional, si es bastante costoso, si lo vemos del punto de vista desde de cómo está actualmente la tecnología, no necesitas tantos proyectos, porque ya todo te lo dan las redes, los medios de comunicación, variarían los costos; pero exactamente no te puedo decir en este momento una cifra, lo que te puede decir es que el surgimiento de *La Jornada*, si requirió una fuerte inversión en 1984, inversión que se hizo después de que un grupo de periodistas e intelectuales decidieron salir del entonces periódico “*Uno Más Uno*”, hicieron una convocatoria a la sociedad, llamaron a todos los grupos sociales, llamaron a sindicatos, intelectuales, campesinos, políticos, etc. Incluso amas de casa, estudiantes para que desde su trinchera colaboraran con la adquisición de una acción.

---

<sup>440</sup> Elizabeth Velazco Contreras. *La Jornada*. Reportera. Edad: 57. Estudios: Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco, Ibero, Tecnológico de México. Cargos en el diario *La Jornada*. Reportera, política, económica social, transparencia gubernamental. Ex secretaria general del sindicato de trabajadores 2002.2004. Años de trabajo: Desde 1987, 30 años. Situación actual laboral: Reportera, editorial. 10/02/2018.



**P: ¿Cuál fue el proceso de crecimiento, en cuanto al mercado de venta y difusión?**

**R:** Es que es muy variable porque también depende de qué tipo de periódico estas fundando, ¿A quién va dirigido? ¿Cuál es tu nicho de mercado? Yo lo que te puedo decir, que en el periódico donde yo trabaje, *El Excélsior*; Lamentablemente después de la intervención del Estado en 1976, ya no tuvo posibilidades de mucha vida cuando se dio el cambio democrático en el año 2000, que llegó un gobierno panista, que ya no era un gobierno oficial, que mantenía la nómina del periódico del *Excélsior*, ya posteriormente ya trabajando en *La Jornada*, de lo que me pude percatar como trabajadora no como dueña, porque nunca he sido dueña, es que se requiere inversiones muy fuertes, para el sostenimiento del periódico y que siempre existe la necesidad, la búsqueda de publicidad en los organismos gubernamentales.

**P: ¿Hablemos de cuáles han sido los periodos o sexenios de mayores beneficios en cuanto a venta de publicidad que ha tenido *La Jornada*?**

**R:** La información que yo tengo como ex Secretaria General del Sindicato de Trabajadores de *La Jornada*, que los años de apogeo y de mayores ventas de *La Jornada* en particular fueron precisamente en su nacimiento en 1984; porque la sociedad estaba ávida de un medio de comunicación que le diera voz a los sin voz, me refiero a las organizaciones sociales, organizaciones sindicales, me refiero a los grupos sociales que generalmente no tenía voz ni espacio en los medios de comunicación. 1984 fue una de los mejores años de *La Jornada* y podemos decir que desde 1984 a 1997 aproximadamente, fueron los años de mayor crecimiento; curiosamente en 1994 se también produce un fenómeno similar al 1984, con el surgimiento de EZLN; porque de alguna manera el periódico *La Jornada*, fue de los pocos medios que le empezaron a dar voz al movimiento Zapatista de Liberación Nacional. Y justo se les dio voz, cuando nace al mismo tiempo el Tratado de Libre Comercio con América del Norte y fue algo espectacular, desde el punto de vista noticioso y que nadie atendía y por lo tanto fue cuando se multiplicaron las ventas de *La Jornada*, lo cual no ha vuelto a suceder precisamente en estas últimas décadas después del 94.

**P: ¿El diario cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores?**

**R:** No. Por supuesto que no.

**P: ¿Hablemos si económicamente se puede desarrollar un diario, sin seguir los modelos ideológicos o económicos que se delinearon en México en los años 90?**

**R:** Ideológicamente, yo creo que en caso de *La Jornada*, una cosa que fue favorable en el nacimiento de este diario, si por ideología entendemos una corriente política, estaríamos hablando de que había una pluralidad; porque no solamente se difundía evidentemente lo gubernamental, sino se difundía también la oposición, incluso lo que decían los grupos de poder, hablando en términos económicos, era como un calidoscopio donde se daba voz a todos los grupos. Esa era la riqueza que precisamente lo hacía diferente a un periódico, porque le daba voz a todos los sectores, si tenía una cierta inclinación hacia los grupos sociales, universitarios progresistas, pero al mismo tiempo publicaba lo que acontecía a nivel nacional.

**P: ¿Cómo el desarrollo económico o crecimiento de un diario puede ser considerado influencia en la opinión pública como *La jornada*?**

**R:** Si por supuesto, si revisas estadísticas recientes que se han hecho sobre los medios de comunicación, evidentemente esas estadísticas muestran que hay periódicos que ocupan el número uno, en las visitas de los lectores, ahora más se da esto con el desarrollo del internet, con las páginas Web, el *Facebook*, y *Twiter*; ya todos los medios impresos utilizan todas las redes sociales. Evidentemente quien tiene mayor número de lectores tiene mayor influencia y ahora lo vemos en una serie de encuestas, en donde periódicos como *El Universal* por ejemplo; están a la cabeza en el número de lectores y consecuentemente tienen una influencia o como la tienen los medios televisivos que predominan en México como Televisa y TV Azteca.

**P: ¿La globalización afectó el desarrollo económico de un diario como *La Jornada*?**

**R:** Por supuesto que la afecta, si tú ves los ejemplos a nivel mundial cuantos periódicos están desapareciendo, por ejemplo, El *New York Times*, hay periódicos que ya desaparecieron y solo se convierten en periódicos electrónicos; es decir, en periódicos de internet, ya no están físicamente en el papel, desaparecieron en todas partes del mundo. La globalización si está afectando a los medios de comunicación, los está obligando a ser más competitivos, a tener en el caso de los impresos es una tendencia que se repite en la mayoría de los casos en el país.

**P: ¿La definición ideológica o posicionamiento editorial define un crecimiento en sus ventas?**

**R:** En algún tiempo así fue, por ejemplo, durante el levantamiento armado por el EZLN, que *La Jornada* fue de los pocos periódicos que recogió la esencia de ese movimiento y lo estuvo reportando consuetudinariamente a la sociedad, evidentemente tuvo una repercusión muy fuerte a nivel de mercado, a nivel social, incluso a nivel internacional podríamos decirlo.

## **Núcleo temático 2.- Estructura legal**

**P: ¿Hablemos de cuáles eran las circunstancias legales con la que dio inicio su periódico?**

**R:** A mí me parece que cuando surge en 1984, ciertamente hubo las posibilidades para que surgiera el diario, digamos que no existía algún impedimento como en algunas sociedades, donde el autoritarismo impide el surgimiento de un diario, no en absoluto; digamos que no es tampoco una democracia acabada que le falta muchísimo a la democracia mexicana por desarrollarse, por crecer, por aumentar los derechos civiles, humanos, etc. Pero no había ningún impedimento.

**P: ¿Las leyes que existen en nuestro sistema político facilita el ejercicio periodístico en México?**

**R:** Si hablamos actualmente el panorama ha cambiado muchísimo, estamos en un proceso de cambio aun mayor, en primer lugar, no existe una estructura legal que favorezca el ejercicio periodístico con toda libertad en México; hay muchos asesinatos de periodistas, de hecho México es uno de los países con mayores asesinatos en el mundo de periodistas, inclusive estudiosos en del fenómeno han hablado, no solamente han intervenido los grupos delincuenciales, sino gente del gobierno, de los estados han participado en estos asesinatos. No hay leyes que protejan a los periodistas en el ejercicio de sus funciones, ni instituciones que lo hagan cabalmente y en estos momentos se está viviendo un fenómeno muy delicado, porque se están haciendo una serie de reformas en el Congreso de la Unión; que precisamente entre los puntos que señalan esta, que aun cuando sea cierto lo que se publica de un funcionario o de cualquier otra persona y que considere que se le causo un daño moral, esta persona puede demandar al periodista, aun cuando lo datos sean reales. Y lo más curioso es que

no se ha hecho nada en el ámbito periodístico mexicano, para detener este tipo de reformas.

**P: ¿Existe en México una ley de prensa que protege más al periodismo que al que ejerce el ejercicio periodístico?**

**R:** La ley de prensa que tenemos está muy rezagada, como quiera que sea, tenemos una serie de leyes en materia civil, que no han sido reformadas y están en riesgo de desaparecer; en donde por lo menos decían que si este funcionario público lo que se publica de él, incurrió en corrupciones cierto, pues bueno en ese sentido te defendían o te defienden actualmente, pero si cambia el escenario va ser muy difícil para el ejercicio periodístico libre.

**P: ¿El marco regulatorio que existe para la libertad de expresión que hay en México, posee características democráticas como en los países occidentales?**

**R:** Primero ¿Qué estamos entendiendo por características democráticas? Número dos, ¿Con qué países nos ponemos de referencia? Por ejemplo; cuando estudie el diplomado en Ciencias de la Comunicación, veíamos como ejemplo a la sociedad, para no ir muy lejos en España, que hay un órgano que regula, te estoy hablando en 1997, hay un órgano que regula la publicidad que va dirigida a los medios de comunicación. Y esto puede hacer todavía más transparente la comunicación de los medios hacia la sociedad, aquí en el caso de México no hay un órgano que regule la entrega de publicidad del Estado a los medios de comunicación y eso puede enturbiar mucho; porque hay mucho intereses de por medio, cuando un periódico recibe de un gobierno en turno tanto recursos, puede poner entre dicho la democracia, independientemente que haya un marco regulatorio o no. Y aquí no se regula la entrega de la publicidad, eso es discrecional, eso es una cuestión que está en manos de cada gobierno, el gobierno decide a que medios favorece y a cuales no y eso representa un peligro para el ejercicio democrático de la comunicación.

**P: ¿Cuál es la relación de la prensa con la libertad de expresión en México?**

**R:** Bueno, evidentemente que hay cierto margen de libertad, pero también depende de la trascendencia de la información, hay cosas que se pueden decir y hay cosas evidentemente que no se pueden revelar.

**P: ¿Considera que la influencia ideológica de los modelos económicos influye en las directrices legales en los medios escritos en México?**

**R:** Si usted me está hablando del modelo económico de un sistema nacional, si evidentemente influye, ya las particularidades que tienen cada gobierno es otra cosa.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

**P: ¿Cuál es la ética profesional del periodista en México?**

**R:** Bueno yo le voy a hablar desde mi perspectiva personal, como reportera, como periodista y de lo que yo viví con mis compañeros, yo creo que la mayoría de los compañeros tratan de ejercer profesionalmente el periodismo; evidentemente tienen que responder a los intereses de sus medios de comunicación, porque he sabido que si no es así eres despedido.

**P: ¿Hablemos de cómo es la ética profesional de periodista con respecto a otras profesiones en México?**

**R:** Yo te puedo decir que las jornadas de trabajo son largas y extenuantes, hay poca profesionalización, por lo mismo, lo que no quiere decir que el periodista no se profesionalice, lo hace en el día a día, en el ejercicio de su profesión, pero los salarios son bajos, no hay prestaciones adecuadas, está digamos en un lumbral que podríamos calificar como no una buena profesión, digámoslo así.

**P: ¿Existe una proporción con el nivel educativo y el nivel profesional en su ejercicio periodístico?**

**R:** Actualmente la mayoría de mis compañeros, de mi generación en adelante, hemos salido egresados de las universidades: de la UNAM, de UAM, de la IBERO. Quizás en la década de los 60,70; se hacían en el fragor de la batalla, en el día a día, pero por lo menos con el contacto que yo tengo de mis compañeros todos han estudiado carreras afines.

**P: ¿Hablemos si el periodismo es una actividad de servicio público a la sociedad?**

**R:** Si, definitivamente el periodismo es una actividad que brinda un servicio muy relevante a la sociedad, entre mejor informada este, mejor será para comunidad; el ideal sería que se informara éticamente, pero no siempre se cumple y menos en países como

México, aunque cada vez más hay periodistas más comprometidos y que precisamente han arriesgado su vida, han fallecido, en ese sentido.

**P: ¿Consideras al periodismo como una herramienta de difusión en un sistema político?**

**R:** Es imprescindible, tiene un papel fundamental, tanto en lo social, lo político, lo económico, para educar; en todos los sentidos es fundamental.

**P: ¿Cómo consideras la relación entre el gobierno, los partidos políticos y el profesionalismo en los medios de comunicación, principalmente en la prensa?**

**R:** El Estado y los partidos políticos tienen mayor espacio en los medios impresos, sobre todo cuando compran publicidad o cuando pagan por la distribución de la nota periodística, pero después intuyes una información importante; porque es el quehacer político de los grupos en el poder o de los contendientes a procesos electorales y obviamente las actividades que realiza el Estado mexicano busca mucha difusión, de hecho debes de saber que los partidos políticos reciben del Instituto Nacional Electoral, un monto económico para difundir sus actividades entre el periodo de precampaña y campaña y es ahí donde se pagan a los medios de comunicación impresos sus actividades importantes.

**P: ¿Existe una objetividad en la difusión de su información?**

**R:** Bueno cuando compran el espacio, se publica al menos en el caso de *La Jornada* tal cual, como lo están pidiendo por la compra del espacio, pero también existe la publicidad que los favorece; es decir, se dan las dos facetas, la que se publica tal como compran la publicidad y la otra donde dan un pago, donde la noticia favorezca al candidato, al gobernador o porque no se publique lo que les está afectando, suceden ambas cosas.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo político**

**P: ¿Hablemos de la percepción de la prensa como un parámetro democrático ante el poder político?**

**R:** Definitivamente se muestra el estado de desarrollo político y el avance de la democracia en un país, si tú revisas los diarios te puedes dar cuenta que diarios reciben

más publicidad y por lo tanto son más controlados por el Estado o de los grupos de poder. Y efectivamente te permiten observar cómo está el control o apoyo económico a los medios de comunicación y en ese sentido te das cuenta que tan democrático está el país, hay mucho control todavía en los medios de comunicación.

**P: ¿Históricamente ha evolucionado la prensa en términos democráticos?**

**R:** Hay periodos donde han habido grandes avances democráticos, por ejemplo, en las décadas de los 70, los 80.

**P: ¿En las últimas tres décadas como se percibe esto?**

**R:** Lamentablemente para los medios impresos ha sido muy difícil sobrevivir, porque la mayor parte de los recursos públicos o gubernamentales o de los partidos políticos se van a los medios de comunicación electrónicos, porque tienen una influencia más efectiva, más rápida, eso por un lado y por otra parte la gente cada vez lee menos; eso (...), los ha sometido a depender más de los recursos paraestatales para su subsistencia.

**P: ¿La prensa en México es un intermediario de los intereses del poder político, o posee una autonomía real en su ejercicio periodístico?**

**R:** Habría que hacer una reflexión de los medios impresos porque no todo son iguales y no todos se manejan igual, es distinta, son distintos, yo te podría decir que hay medios que son más independientes que otros; te puedo citar el caso de la revista Proceso, que ha pugnado por una independencia a lo largo décadas, que le ha costado mucho trabajo, que ha puesto en riesgo, incluso la impresión de la revista.

**P: ¿En el caso de *La Jornada* esto existe?**

**R:** Si y precisamente y es por eso que desde mi perspectiva, me atrevo a decir que ha cambiado en su editorial, precisamente desde 2016 a la fecha, en sentido que hay cosas que no se discuten para no afectar la relación que se tiene con un gobernador para no afectar en publicidad, por ejemplo; el gobernador de Oaxaca está pagando publicidad, hay cosas que no se dicen o no se publican, porque hay que cuidar la imagen, de que todo está bien, que no sucede nada. Esta situación empezó desde antes desde el 2015, pero yo creo se ha acentuado más desde 2016 a 2018.

**P: ¿Considera que el crecimiento de un periódico en términos económicos le beneficia su estabilidad laboral?**

**R:** Si definitivamente, pero no es una regla simple, pero no es algo que implique causa efecto, en *La Jornada* hubo un tiempo de estabilidad laboral y esa estabilidad laboral aun cuando hubiera dificultades económicas podías lograr; porque los trabajadores sacrificaron sus ingresos, diciéndole a la empresa no me des aumento, no me des más prestaciones, vamos a congelarlo durante un tiempo, hasta que mejore la situación económica de la empresa. Y se llegó a una buena relación entre los trabajadores y la empresa y eso permitió a *La Jornada* a hacer frente a situaciones difíciles, lo cual dejo de suceder a partir el 2015.

**P: ¿Cuál fue el periodo donde hubo una mejor situación laboral en *La Jornada*? R:** Fue en 1994-1995, donde hubo una situación económica muy fuerte, hasta el año 2012.

**P: ¿Existe un temor de perder beneficios, ingresos por la autonomía de su ejercicio periodístico?**

**R:** Aquí en los últimos años se perdió no solamente la autonomía, se ha vendido mucho más publicidad al gobierno de Enrique Peña Nieto, se ha publicado muchas primeras gobernanzas a nota de ocho columnas al ejercicio político de Peña Nieto, incluso se ha escrito editoriales, ha elaborado editado tanto él como en su momento el Secretario de Hacienda en el periódico; lo paradójico, es que cuanto inyectas esa cantidad tan importante de dinero, no existe una buena relación de la empresa con sus trabajadores y hay el despido de varias decenas de trabajadores, incluso hasta la demanda penal del Ejecutivo General y por el Secretario de Organización entre otros, por el emplazamiento a huelga, realizada precisamente porque se eliminó el contrato colectivo de trabajo de los trabajadores de *La Jornada*.

**P: ¿Es incompatible la objetividad con las filias políticas de los trabajadores de la Jornada?**

**R:** Pues sí, lo que sucede es que hay una empatía a la clase política, que se ejemplifica en beneficios, evidentemente aquí se aplicaría la máxima de López Portillo: “de que no pago para que me pegues, te pago para que me trates bien”.



**P: ¿Hablemos si la prensa en México tiene una autonomía política con respecto a sus opiniones vertidas?**

**R:** Tiene un pequeño margen de independencia, pero si hay un compromiso político, económico, con el gobierno en turno o con el gobierno capitalino.

**P: ¿Se podría decir que hay una separación real entre el ejercicio periodístico y las instituciones gubernamentales?**

**R:** No, no llega a tanto, en realidad es muy difícil lograr esa separación para ser totalmente autónomos, siempre hay una influencia del gobierno de una u otra manera y menos en los últimos años.

**P: ¿Hablemos de la influencia de organismos externos (ONG, Instituciones Financieras Internacionales), en los partidos políticos, sindicatos, o gobierno?**

**R:** No, ninguna, hasta el momento no ha habido ninguna influencia, cuando se hizo la huelga en julio del año pasado y nos eliminaron el contrato colectivo, nos quitaron todas las prestaciones y evidentemente los trabajadores emprendimos un huelga que impulsamos de manera democrática y cuando se vota por la huelga, la empresa como argumento dijo que había un ataque de grupos oscuros contra el periódico y que esos grupos estaban detrás de los trabajadores; lo cual es falso, no había ningún grupo, ni externo, ni sindicato, eran simple y sencillamente los trabajadores que estaban defendiendo sus ingresos, sus prestaciones y un contrato colectivo que les costó más de tres décadas construirlo y su fuerza de trabajo también fueron despedidas. Así que no creo, yo he participado en este movimiento y no creo que haya habido ninguna intervención externa de esa naturaleza, me parece que si los trabajadores son capaces de defender sus derechos tan humanos, como laborales, eso no quiere decir que sean manipulados por alguien; si no que simplemente exigían algo por la que lucharon por más de tres décadas.

**P: ¿Hablemos de la imagen del periodista como figura política, existe en *La Jornada* un periodismo politizado?**

**R:** Bueno, regularmente los periodistas en el caso de los compañeros que trabajan aquí, yo considero que ejercen el periodismo de manera profesional, obviamente el ejercicio del periodismo permite crear constructos; pero en algunos casos hay alguna diferencia,

entre conciencia de clases, conciencia como periodista y conciencia social. Yo me atrevería a decir que ya depende mucho de cada uno, si hay personas que se mueven por intereses económicos, políticos, personales.

**P: ¿En ese sentido hay compañeros que trabajan que son figuras políticas, aun siendo periodistas?**

**R:** En algunos casos sí, el Jefe de Ciudad, fue nombrado por la asamblea legislativa, es un cargo político y trabaja en *La Jornada* y además tiene su columna, hay algunos casos.

**P: ¿Considera que hay una separación entre el ejercicio del reportero y el comentarista en el diario?**

**R:** Bueno aquí si está muy delimitado entre un comentarista-columnista y un reportero, el reportero es el que todos los días va al evento, a lo que está ocurriendo afuera y escribe la nota; el columnista también sale, también tiene encuentros con políticos, con empresarios con líderes sociales; no para escribir una nota, sino para escribir en su columna política, la información que le deslizan que le revelan. Y aquí sí está muy separado el periodista y el columnista.

**P: ¿Considera que hay una diversidad informativa en el diario?**

**R:** Si, si hay una diversidad de temas y de tópicos.

#### **Núcleo temático 6.- Institucionalidad política**

**P: ¿En qué situación geográfica pondría al periodismo en una sociedad?**

**R:** Aquí quisiera hacer un símil con el cuerpo humano, yo creo que el periodismo es como el sistema circulatorio, el que recorre el cuerpo, el que está informando, el que activando, el que está despertando, el que alimenta todo el sistema, la base; es casi un organismo, tiene una función fundamental.

**P: ¿El periodismo determina a la sociedad o la sociedad determina al periodismo?**

**R:** Yo creo que hay una retroalimentación entre ambos, creo que en esa retroalimentación, yo me atrevería a decir, que hay momentos de mayor lucidez, de mayores entrega que en otros; en el caso del golpe de Estado en Chile, en Argentina, en

España, se callaron muchas cosas, se asesinó a mucha gente, con toda proporción guardada. Lo que está sucediendo en México, desapariciones de periodistas que hablan con la verdad, aquí estamos viendo que se está determinando la situación de violencia por el narcotráfico, las condiciones de vida de los periodistas, la seguridad y lo que se dice; nos estamos afrentando que los que se atreven a hablar con la verdad, tenemos el caso de los compañeros Miroslava y Javier Valdez que precisamente por denunciar al crimen organizado en sus estados, Miroslava en Chihuahua, Javier en Sinaloa, perdieron la vida. Tenemos muchos compañeros más de 30 que han perdido la vida precisamente denunciando, tanto el vínculo que existe en el crimen organizado y los gobiernos locales y la corrupción es muy fuerte para el periodismo.

**P: ¿Se puede convivir en una empresa en términos capitalistas, teniendo un ejercicio de información su interés público?**

**R:** No necesariamente porque difunda información de carácter público se debe de contraponer con una empresa, funciona como toda una empresa, con toda la maquinaria, horas de trabajo extenuantes, el periodista debe de estar tiempo completo y no porque trabaja como periodista se contrapone su función empresarial; a lo que me refiero es que sigue sus principios igual que todas las empresas que desarrollan su capital.

**P: ¿En ese sentido el periodismo que se ejerce en *La Jornada* sigue los principios liberales del periodismo americano?**

**R:** Si, en el término de que es un empresa que busca obtener beneficios, ganancias, formar parte del sistema, hacer alianzas con el Estado, que recibe publicidad y para recibir publicidad, tiene que hablar bien o mal, sí.

**P: ¿En este sentido, se ejerce un periodismo desde una moral profesional?**

**R:** No sé, aquí es muy feo, yo como ex dirigente del Sindicato de Trabajadores Independientes de *La Jornada*, muchas veces le planteamos a Carmen establecer una clausula profesional, por ejemplo; si no comulgábamos con la línea editorial, los periodistas podíamos pedir nuestra liquidación porque no comulgábamos con la línea de la empresa, poder establecer nuestra posición, pero la empresa nunca nos permitió. Durante muchos años fue un periodismo muy progresista, pero ese periodismo ya se agotó, ya llegó a una etapa perfectamente como sus fines son ahora capitalistas, lo progresista ya es tan progresista.

**P: ¿Cómo considera que ha sido la relación de la prensa dentro del modelo económico neoliberal instaurado en los 90 aquí en México, aquí en *La Jornada*?**

**R:** Bueno antes se dependía mucho del Estado, hubo golpes hacia los medios de comunicación críticos, como el ocurrido contra el *Excélsior* en 1976, ahora son las formas son distintas y sutiles; en ese sentido quizá hay una mayor separación, que de alguna manera les permite a los diarios cierta independencia.

**P: ¿Les ha beneficiado el sistema económico neoliberal?**

**R:** Yo creo que podríamos ser ambos, pero decirlo en blanco... Habría que ver a quien a beneficiando o perjudicado más, hay periódicos que han repuntado mucho como El *Universal* o periódicos como *la Razón*, que desde que nació, nació con el sello del Estado, del gobierno, que ha crecido mucho gracias a todo el apoyo económico. En el caso de *La Jornada* fue diferente, porque por mucho tiempo se manejó de una manera muy independiente y precisamente cuando fue el periodo de transición, cuando llegó el PAN a la presidencia de la República, cuando llega Vicente Fox, ahí hubo una situación muy difícil para el periódico, porque el periódico no recibía casi nada de publicidad por parte del gobierno; porque lo consideraba un periodismo de izquierda, populista, porque en ese periodo antes del 2000 que fueron las elecciones, era muy claro el apoyo de *La Jornada* hacia Andrés Manuel López Obrador y vino a representar una situación muy compleja para el diario.

**P: ¿Algo más que desee agregar?**

**R: No, es todo.**

## **Entrevista 9.- <sup>441</sup>**

### **Primer núcleo 1.- Desarrollo económico del medio impreso**

**P: ¿Platiquemos de cuál es costo económico para iniciar una empresa periodística como *La Jornada*?**

**R:** Es alto, los insumos cada vez son más caros, el papel se incrementó el año pasado, en este caso nuestro contrato colectivo tiene muchas prestaciones, aunque hay algunas que prescribieron, nuestra nómina sigue siendo es muy alta y hay que pagar impuestos, seguro social y se incrementa los costos cada año y los electores cada vez son menos, entonces esa variable introduce una presión cada vez más fuerte.

**¿En ese sentido cual ha sido el crecimiento en cuanto a venta y difusión del diario desde su origen?**

**R:** No tengo las cifras, pero en el caso de la disminución de los lectores, a los lectores se les hace más fácil ver noticias en la televisión o en internet, entonces tenemos menos lectores en papel y más por internet, tenemos un grupo de lectores muy fieles que hemos conseguido durante años, es nuestro grueso y sobre todo los universitarios que leen nuestro periódico. ¿Cuál era la otra pregunta? ¿Si ha tenido una mayor o menor difusión?

**P: ¿Cuál ha sido el periodo o sexenios donde ha tenido un mayor beneficio?**

**R:** En términos sexenales no, (**¿Ha habido periodos específicos?**). **R:** Más bien en términos de la historia, por ejemplo, en el movimiento zapatista, hubo un “boom” de información de los periódicos, sobre todo el nuestro, estuvo excelente en lectores, de ventas, en cuestión de publicidad, más que en periodos es en coyunturas, por ejemplo, después de las elecciones, después que se elige un nuevo presidente, después de un desastre, es importante no relacionarlo con cada sexenio. Porque el periódico está después de cada sexenio.

---

<sup>441</sup> Enrique Méndez Meza. Reportero. *La Jornada* Edad: 49. Lugar de estudio: Escuela de periodismo Carlos Septiem. Cargos en el diario: Reportero en *el Universal* y *La Jornada*. Años de trabajo: 20 en *La Jornada* y 7 en *El Universal*. Situación actual laboral: Reportero de política nacional. 26/02/2018.

**P: ¿Se puede desarrollar profesionalmente un periódico sin seguir ideologías económicas o modelos económicos en México?**

**R:** Cada medio de información tiene su ideología, no quiero decir militancia porque se escucharía muy exagerado, pero si cada medio tiene su ideología y depende económicamente o de las políticas que se apliquen, eso en cuestión del aspecto de involucrar, pero no es que este atado a los ciclos económicos, los periódicos han cambiado como es *La Jornada* (...), pero no dependiendo de la política económica que represente tal, hemos ido costeando, hemos criticado, todos los días en nuestro diario, no creo que este sujeto a esa hipótesis, a esa idea.

**P: ¿El desarrollo económico del diario *La Jornada* tiene influencia pública actualmente, es decir su desarrollo económico ha determinado esta influencia?**

**R:** Todos los medios tienen altibajos, yo creo que sí, pero es un poco difícil de medir, es algo, yo creo etéreo, si acaso se podría medir en cuanto al volumen de ventas y publicidad, puede ser que haya altibajos en la venta del periódico también por la situación económica, difícilmente alguien que no puede conseguir diez pesos puede comprar un diario.

**P: ¿Qué opina acerca de la globalización con respecto al desarrollo del diario?**

**R:** Pues yo creo que si nos ha beneficiado en cuanto hay más lectores, porque aunque no hay más lectores de periódicos que nos pudieran comprar, como por ejemplo en España o el resto de Europa, si hay lectores que no puedan abrir en portal e integrarse, de lo que sucede en México, en un portal que no se cobra, está disponible, históricamente fuimos los primeros en el 94 en abrir un portal, ya pronto va estar en todo el diario y en ese sentido si nos beneficia, con la proyección que tenemos, en cuanto a los precios, es una ventaja, el papel y los insumos que son de importación que compramos en dólares y el tipo de cambio, pues tiene su impacto en el diario.

**P: ¿Cuál es el sector o mercado de la sociedad donde obtienen mayores beneficios o ventas?**

**R:** Había un estudio, no sé, si sea actual, donde venía los sectores, por ejemplo: estudiantes, profesionistas, partidos políticos. Y ese estudio permitía, por ejemplo, sustentar proyectos de publicidad sobre cierto producto, todos los periódicos, todas empresas de comunicación, para que una agencia de viajes o supermercado o tiendas departamentales que anuncia cierto periódico, tiene que haber cierto sustento a que sector de la población va, en ese sentido el periódico, no sé si marcado pero si había un sector donde teníamos mucha lectura.

**P: ¿Se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Todos los periódicos y todos los medios de comunicación tenemos ese defecto, aunque este mal, porque finalmente la publicidad gubernamental no depende del partido político, porque son recursos públicos, en tal sentido, no tiene por qué ser algo vergonzoso, ilícito por los medios de comunicación, la falla está cuando el gobierno la utiliza para controlar a los medios, en el sexenio actual no es que haya habido un control de medios, sino ha habido un control de la publicidad. La política de este gobierno a diferencia de los anteriores, fue contratar la publicidad, ejercerla en el último trimestre del año y pagarla en los primeros meses del semestre siguiente, en el momento de que la publicidad se paga, todos los ingresos que ya tenían prometidos con los periódicos o los medios de comunicación de ese dinero se diluían, en ese sentido si se ejerce una presión económica más que política.

**P: ¿La definición ideológica de la editorial de *La Jornada* supone un crecimiento en sus ventas?**

**R:** Pues sí, todos los periódicos queremos vender, no solo somos un medio de comunicación sino también una empresa, los trabajadores, los reporteros, los editores, los compañeros de limpieza, buscan un ingreso y eso tenemos que lograrlo como una empresa, no solo como un medio de comunicación.

## **Núcleo temático 2: Estructura legal**

**P: ¿Platiquemos sobre el marco legal que había en México al momento que *La Jornada* inicio su ejercicio profesional?**

**R:** Más que el marco legal, yo no conozco su historia del periódico desde sus inicios, yo empecé hace unos 20 años en el periódico, pero lo que yo conozco no tenía nada que ver con el marco legal nacional, sino más bien, con un momento histórico de los periodistas, de la época que vivieron sus fundadores que venían del *Uno Más Uno*, era más bien la conjunción de una idea de fundar un diario independiente, que viera por sus miembros, lo que aspiramos los reporteros y comunicadores de tener nuestro propio medio y creo que es fue la idea que intento conseguir *La Jornada*.

**P: ¿Cómo percibe el marco legal que existe para el periodismo en México?**

**R:** Aunque está la legislación a principios de este siglo, todo lo demás es muy laxo, la legislación inicial electoral, publicaciones entrevistas, pero todo lo demás es muy laxo, es decir; se puede publicar la información sin que haya una consecuencia legal, a menos que sea totalmente difamatoria, pero en el periódico procuramos que la información este perfectamente sustentada, para que no haya consecuencias legales.

**P: ¿En ese sentido se percibe que hay una protección legal más a la empresa periodística que al que ejerce el ejercicio periodístico?**

**R:** No es que haya una protección legal a las empresas, incluso las periodísticas, tienen un marco legal, tienen que pagar impuestos, pagar seguridad social, etc. Los que se protegen en su mayoría son los dueños de los medios, sobre todo cuando son empresarios y no periodistas y en contraste si hay una falta de protección a los reporteros, más ahora, antes había censura, para no meterse con el gobierno pero no pasaba de ahí, salvo contados casos, pero ahora ya las agresiones a reporteros son cotidianas, son actos fríos y no se resuelven y no pasa nada, ahí si hay una total desprotección a los trabajadores de los medios.

**P: ¿Consideras que la libertad de expresión que existe en México tiene características democráticas de los países occidentales?**

**R:** No llegamos a tanto, pero si le hacemos la lucha, trabajamos todos los días para que la libertad se ejerza y ha sido una lucha por varias décadas, yo empecé a trabajar como



reportero en el 91 y las historias que se contaban eran de total control, cuando yo llegue al *Heraldo de México*, me dijeron hay tres temas que no puedes tocar, la Virgen de Guadalupe, el Ejército y el Presidente de la República. Pero a partir del 92,93, comenzó un cambio total de los medios de comunicación, la sociedad estaba más exigente, los lectores no creían...

**P: ¿Tenemos un marco regulatorio acorde a los nuevos fenómenos sociales?) R:** Yo creo que no. **(P: ¿Cómo lo percibes en ese sentido?) R:** La legislación general está totalmente desfasada de la realidad del país, no solamente en los medios de comunicación. **(P: Estás hablando de los artículos de 1917?) R:** Sí y de la Constitución y de los marcos legales generales asociados, va más allá de lo que se requiere y yo creo que por esa diferencia en las leyes, sobre todo en los estados, porque aquí es más complicado **(P: Tú crees que hay una diferencia del ejercicio periodista en provincia que en la capital.) R:** Sí, en los estados los gobernadores actúan como virreyes y de ahí para abajo, el alcalde, los diputados incluso los regidores y aquí es diferente si alguien que quiere agredir con violencia verbal, física o maltrato a los reporteros es diferente, nosotros podemos reclamar pero en los estados es más complicado.

**P: ¿Cómo ha manejado la prensa la libertad de expresión en las últimas tres décadas?**

**R:** Depende de que décadas, en este siglo ha habido pésima libertad, incluida como el ejercicio que podemos hacer como periodista, todo podemos hablar pero con censura, dependiendo...

**P: ¿Hay una confusión en cuanto a la libertad de expresión en términos generales que no comprendemos, pero en términos específicos, podemos hablar, podemos escribir, podemos denunciar?**

**R:** Pero dependiendo del tema podrías incluso estar temeroso, podrías pensar que me va a pasar o incluso el periódico diría podemos platicar pero hay que proteger al reportero; al fin depende del medio. En *La Jornada* si ha habido esa situación de reportero para que actuaran como jurado y ha sido difícil.

**P: ¿En ese sentido esa ley laxa que comentabas no asegura al 100 % ese ejercicio?**

**R:** Seguro dependiendo del medio, **(¿Hablas de medios de televisión más poderosos**

**que la prensa y la radio?) R:** Dependiendo de medio, ha habido más libertad de expresión, por ejemplo; los casos en radio de Carmen de Aristegui, si hay libertad de expresión pero tuvieron una consecuencia, muy funesta. No solo la radio que era muy influyente en esa época, pero quedaron muchos trabajadores desprotegidos, si hay libertad de expresión, pero dependiendo de cómo se maneje, yo creo que si se pueden decir la cosas, pero hay maneras de contarlas.

**P: La ideología económica determina las directrices legales de los medios de comunicación escrita, las editoriales empresariales se han adecuado a este modelo neoliberal?**

**R:** Mira te lo voy a responder de esta manera, en esta década, luego de 18 años la relaciones laborales de los medios con los trabajadores ha cambiado mucho, a partir de la reforma laboral, que legalizó la tercerización o el *outsourcing*<sup>442</sup> hay periódicos o medios de comunicación que ya no tienen un contrato directo con el medio (**P: ¿La Jornada lo tiene?**). **R:** La Jornada lo tiene los dos tipos, estamos en la pelea, este año ya no debe de tardar en resolverse en marzo ya sabremos que determina... pero hay medios que no tienen contrato directo, si no que están *outsourcing*, el día que se acaba la relación con el *outsourcing* se acaba el contrato la negociación, del medio, de la revista pero ya no eres empleado de ellos.

**P: ¿Pero quiere decir que en La Jornada existen periodistas de tempo completo, todavía están esa situación laboral?**

**R:** Si, yo tengo mi contrato vigente desde el 1998, me ha dado estabilidad personal y familiar desde hace dos décadas.

---

<sup>442</sup> Es el proceso económico empresarial en el que una sociedad mercantil transfiere los recursos y las responsabilidades referentes al cumplimiento de ciertas tareas a una sociedad externa, *empresa de gestión* o *subcontratista*, que precisamente se dedica a la prestación de diferentes servicios especializados. Para ello, estas últimas, pueden contratar solo al personal, caso en el cual los recursos los aportará el cliente (instalaciones, *hardware* y *software*), o contratar tanto el personal como los recursos. Por ejemplo, una compañía dedicada a las demoliciones puede subcontratar a una empresa dedicada a la evacuación de residuos para la tarea de deshacerse de los escombros de las unidades demolidas, o una empresa de transporte de bienes puede subcontratar a una empresa especializada en la identificación o empaquetamiento. 23/04/2018.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

**P: ¿Cómo considera la ética periodística en México?**

**R:** Quizá un poco voluble, si hay reporteros de una pieza, pero también tenemos que trabajar para el medio, hay medios donde los reporteros tienen que pedir la orden para que se los asignen y hacerles la información como se la piden, no es que sea una ética voluble de los reporteros sino que la ética está sujeta a lo que la prensa quiere y como cada vez hay menos fuentes de trabajo para reporteros y hay algunos que tienen que ceder, es la disyuntiva, ver si un trabajo es ético o no, aunque no nos guste de repente.

**P: ¿Cómo percibes al periodista con respecto a otras profesiones en México?**

**R:** Si tenemos un desprestigio alto, no como los diputados o los policías que están en los primeros lugares, **¿Del cero al diez donde lo pondrías?** **R:** Yo creo que en el ocho y en algunos lugares el diez, o fuera de ese diez, también depende de los medios porque hay de todo, eso también es parte de la tragedia nacional, una sociedad poco o mucho sin remedio, **¿Qué quiere decir sin remedio?** **R:** Si tú vas a la calle y te encuentras a alguien no te saludan, la gente tira basura, no cuidan el agua, no hay conciencia en estas cosas, que no piensan en la ciudad, pero sobre todo cuando ves las conductas personales en las calles deja mucho que desear.

**P: ¿Consideras que existe una proporcionalidad profesional con el nivel educativo en el periodismo México?**

**R:** Yo creo que sí, los muchachos que entran a la redacción, no solamente tienen cursos, ahora tienen maestrías, buenas calificaciones, al finales de la década del siglo pasado se fortaleció eso, todavía en la anterior década, hay periodistas hechos en la redacción, la profesionalización no garantiza un ejercicio práctico, ese se obtiene trabajando en el día a día.

**P: ¿Consideras que debería de haber una regulación de la ética profesional del periodista en México?**

**R:** Tendría que a ver unas directrices generales, porque cada medio podría argumentar como ejercer el periodismo, algunos periódicos lo han intentado, en el periódico donde yo estuve, había un defensor del lector, que era muy exitoso pero después se perdió. Yo creo que más bien debe de haber la autorregulación, partiendo de lo que está en la

discusión, en el interés general de ellos, pero más bien a través de una autorregulación, si hay una regulación se empieza a generar un mecanismo incluso de presión- te saliste de este marco, entonces te vamos mandar declarar, pedirte tus fuentes- siempre existe esa tentación.

**P: ¿Platícame de la percepción de los niveles de autonomía profesional en el ejercicio periodístico en México?**

**R:** Yo considero que depende de cada persona, yo me siento muy libre, siempre los medios van a querer que el enfoque de la noticia sea uno, la noticia es un hecho social, tiene sus enfoques, fuera de eso yo me siento muy cómodo, yo me sentía cómodo en *El Economista*, en ese tiempo el director me daba mucho margen como reportero, no me sentía tan cómodo en *el Herald*, pero ya hemos crecido como periodista, entonces yo creo que la credibilidad que quien tenga se la ha ganado.

**P: ¿Consideras que la ética profesional del periodismo en México tenga principios liberales del capitalismo americano?**

**R:** Más bien depende de quien sea, depende de los dueños, los dueños pueden presentarse muy liberales, pero atender una economía que les conviene.

**P: ¿Consideras el ejercicio profesional del periodismo en México, está basada más en su trabajo real que en las filias políticas?**

**R:** Si fuera la prensa diaria, más bien seria lo segundo, se presenta de acuerdo a cada medio y relación que tenga con los partidos, es muy incierto, no hay una política específica a todos los medios por igual, depende de que estés leyendo, la diversidad de medios si permite identificar la información de que nos quieren decir en las primeras planas.

**P: ¿Consideras que este ejercicio periodístico es una actividad que la sociedad lo ve como un servicio social?**

**R:** Yo creo que todavía, porque las personas tienen más identificados cada vez su derecho a estar informados, no ocurría con esa identificación todavía en el siglo anterior, sobre todo en los 60,70, 80, el dominio gubernamental si ejercía una directriz sobre los medios, pero la sociedad si es cada vez más exigente, si nota un desvarío o

falla en la información lo dice, no lo dice directamente en los medios porque no hay un interrelación lector-medio, pero si en la redes sociales donde son más críticos.

**P: ¿En ese sentido cual es el lugar o el espacio que el periodismo debe de tener en el sistema político mexicano?**

**R:** Durante mucho tiempo se dijo que era el cuarto poder, pero eso lastimó mucho el papel de los medios, lo que sí tiene que ser, no el cuarto poder, pero si como un contra peso, el ejercicio de la política gubernamental, incluso de las actividades que parecen no muy importantes para la sociedad, si tiene que ser un lupa, en el ejercicio de la sociedad, porque si no tenemos esa vista puesta en lo que hacemos la sociedad se puede torcer más.

**P: ¿La profesionalidad del periodismo está determinada por la relación con los partidos políticos o el gobierno?**

**R:** Yo creo que sí, conozco muchos directores de medios que tienen una buena relación entre comillas, pero esa buena relación se puede pervertir, el sistema puede impedir que publiques cierta información.

#### **Núcleo cuatro: Paralelismo político**

**P: ¿Cuál es ha sido percepción histórica de la prensa con el Sistema Político Mexicano?**

**R:** Visto por el sistema, ha sido de complacencia, de buenas relaciones, que permitan abordar ciertos temas y algunos momentos no es tan peligroso. (**¿Han dejado de tener esta relación?**).**R:** Yo creo que no, pero cada vez es menos evidente, cuando menos se cuidan las formas.

**P: ¿Esta autonomía en las últimas décadas ha determinado la estabilidad laboral de los periodistas?**

**R:** No, porque la estabilidad de los periodistas no depende de la relación con el poder de los medios, sino más bien, como los medios ejercen su papel como empresarios, lo que hacen es recortes, no suben sueldos, hay periódicos que tienen salarios de siete, nueve mil pesos al mes.

**P: ¿La Jornada no tiene miedo de perder el apoyo de publicidad, en pos de una autonomía más profesional?**

**R:** No porque es nuestro derecho, seguimos siendo los mismos que estamos, se han ido algunos, por la crisis financiera que tuvimos el años pasado, pero estamos la mayoría que queremos estar, yo tengo una contrato desde hace más de 20 años en La Jornada y he tenido una muy buena estabilidad laboral en el periódico.

**P: ¿Hablemos de la imagen del periodista como figura política, existe un periodismo de opinión politizada en México?**

**R:** Si está muy politiza, pero es por la diversidad de opiniones. (**¿Considera que hay pluralidad informativa?**). **R:** Si, yo te puedo decir al ver *La Razón* y encontrarte con el enfoque de la información y encontrarte con *La Jornada* y es otro, ve al *Reforma* y detectar cual son sus objetivos, por fortuna no hay una sola visión del país.

**P: ¿Cómo consideras el ejercicio periodístico entre un reportero y un comentarista?**

**R:** El reportero tiene que salir todos los días a buscar su noticia, hacer la “talacha” como decimos, incluso ir a los “pinoles”, es una especie como de Olimpo en la plutocracia, hay muy pocos comentaristas que sean reporteros como profesión, tienen que salir los columnistas como reporteros, si no, no tenemos que vender en la redacción.

## **Núcleo temático 5. Institucionalidad política**

**P: ¿Consideras que un diario es la representación política de una sociedad?**

**R:** Si, cada país tiene un gobierno que merece, también tiene los medios que se merece, en este caso México tiene este tipo de medios que se merece, podemos ser mejores, siempre, pero los periódicos no se leen si la gente no los lee.

**P: ¿En ese sentido se puede llevar una empresa en términos de instrumentalización económica y al mismo tiempo ser una empresa de servicio público a la sociedad?**

**R:** Es un poco complicado, nosotros hemos hecho un periodismo para la sociedad más que de tipo empresarial, tiene que ver cómo está la estructura interna de cada empresa, hay periódicos que son más una empresa que un periódico, nosotros no hemos visto al revés, le hemos dedicado más tiempo, más esfuerzo, muchas horas de trabajo haciendo

el periódico, porque somos los reporteros, la directora nos exige mucho tiempo, todos los que estamos abajo somos reporteros y a eso nos dedicamos, la mayoría de los medios los dueños nunca han sido reporteros, por eso te decía desde el principio, el enfoque es distinto.

**P: ¿El periodismo en México tiene características del periodismo americano?**

**R:** No creo, las redacciones están hechas para trabajar incluso de noche, el modelo estadounidense es una edición de entran la 4 de la tarde y salen ocho, si acaso dependemos del importación del papel, si los seguimos porque tiene que ver un seguimiento de medios en el extranjero, con el tratado con Estados Unidos y con Donald Trump, si tenemos que leerlos, pero el modelo no tiene nada que ver, tenemos nuestros propios códigos.

**P: ¿Considera que el periodismo en México es el guardián de la moralidad profesionalidad en los medios de comunicación?**

**R:** ¿Como una especie de faro? Pues no, no nos lo hemos planteado así, al menos nosotros, pero no, no creo.

**P: ¿Considera que hay una crisis en el periodismo, en lo económico, en lo tecnológico, en lo social?**

**R:** Eso sí, cada vez hay menos lectores, los adolescentes cada vez leen menos papel, hay una crisis no solamente económica, si no yo creo que también de identidad, los lectores abren el periódico dando bandazos y dicen para donde vamos... Nosotros hemos mareado al “chavito”, pero, si hay una crisis tecnológica muy grande, que afecta salvo ciertas empresas muy grandes que puedan cambiar en rotativas nuevas, sus procesos internos, la mayoría no las tenemos, no solo para la impresión de papel sino para el uso del internet.

**P: ¿Los ingresos en publicidad privada o pública determinan la profesionalidad de un diario?**

**R:** Determina más bien una parte de su viabilidad y estabilidad, porque la profesionalidad yo creo, es la que busca todos los días buscando la mejor información. La idea es estar formados... Yo creo que está separado de eso.

**P: ¿Qué opina del empoderamiento de las empresas mediáticas a nivel nacional?**

**R:** No lo son todos, hay algunos que si, por ejemplo, multimedios, son súper emporios, lo tiene *Milenio* en radios, periódicos, televisión, lo tiene Televisa, TV azteca, pero la mayoría no les gusta... **¿Esta concentración mediática en pocas manos, no tiene relación con lo que hablamos sobre la difusión de información y el profesionalismo?** Lo podemos decir así de forma que veamos las cosas, pero también está en cada lector, en cada partido, en cada persona, en saber diferenciar en lo que se les ofrece, es tal la influencia y el acaparamiento si duda, pero en cuanto el disentiimiento de la información cada quien debería tener la capacidad de leer, los que son lectores de periódicos tienen la capacidad de entender las cosas más allá de los que lean deportes o asesinatos, son tipos de elector distinto, pero si es un sector bien identificado.

**P: ¿Cuál sería el papel del Estado y su relación con los medios de comunicación principalmente con la prensa en México?**

**R:** Tendría que ser no de permisividad, porque implicaría cierto ejercicio de control tácito, si no de dar libertad, permitir que los medios existan, se desarrollen, les conviene a aun Estado no solo aun gobierno, que difundan los sucesos, es preferible tener medios libres a controlados, porque finalmente la verdad siempre se sabe, los medios con estas características, incluso visten al presidente, más que restricciones, libertad.

#### **Núcleo temático 6.- Instrumental político**

**P: ¿Cómo percibe la relación institucional que ha tenido el periodismo en las últimas tres décadas en México?**

**R:** No nos hemos logrado separarnos mucho, por ejemplo, la información se sigue manejando por fuentes, la fuente presidencial, la fuente gubernamental, todo eso es una relación con el Estado, tampoco nos hemos podido separar o hemos querido hacerlo, tampoco en cuanto a relación comercial de publicidad, porque el país también está acostumbrado a ese juego. Los mismos columnistas tienen acceso a información privilegiada y eso también los condiciona, es un juego un poco raro.



**P: ¿Cómo percibes que ha manejado la prensa la crítica a modelo económico neoliberal?**

**R:** No ha sido muy crítico del modelo, porque el modelo lo han ejercido el Presidente y las Secretarías y bajo una crisis económica el modelo sigue ejerciéndose y la crítica no es como debería de ser.

**¿En términos específicos, cual fue la crítica o el tratamiento informativo que *La Jornada* le dio al TLC?**

**R:** Cuando se estaba negociando, con excepción de *Proceso* y *La Jornada*, todos los demás ya contaban con el TLC, las noticias, entrevistas las editoriales, todo era TLC y ahora que está la renegociación, todavía hay un interés marcado en que el TLC continúe, como país nos ha beneficiado más, sobre todo al campo dándole créditos a los productores, entonces si hay una marcada defensa al tratado.

**P: ¿Consideras que la prensa tiene su responsabilidad como institución de opinión pública ante la sociedad sobre las consecuencias de tales políticas económicas implantadas en México?**

**R:** Tenemos la responsabilidad de decirlo, de informarlo, pero si nos callamos las responsabilidad es doble, porque se supone que nosotros tenemos la obligación de contarlo, si lo decimos somos cómplices.

**P: ¿Cómo se podría percibir esta libertad de opinión, en tres ámbitos, principalmente en *La Jornada*: las reformas legales, en la ética, en lo económico, con respecto al modelo neoliberal?**

**R:** Nos hemos mantenido nuestra línea editorial. (¿No se asumen con un periódico neoliberal aun cuando crecieron durante este periodo, tan determinante en México?), **R:** Eso seguramente.

**P: ¿En qué rubros podría haber tenido un impacto que a lo mejor no se percibe?**

**R:** Es que podría a ver ocurrido en cuanto economía, porque las prácticas neoliberales han llevado al encarecimiento de todo y nuestros insumos crecen, principalmente el papel, ese si es un impacto directo del neoliberalismo, pero como empresa no, recién lo ha dicho públicamente la Secretaria General del Sindicato del periódico, sobre las

políticas que aplicamos con respecto a la reducción de nuestras prestaciones. **¿No es incongruente en ese sentido?** R: No, porque una empresa neoliberal lo que haría de inmediato... ¿Qué hago con una carga laboral? Sería correr a los trabajadores, lo que hizo el periódico fue hace desde hace varios años, fue hacer un llamado a los trabajadores, el contrato colectivo de los trabajadores de La Jornada tiene como 25 o 30 prestaciones, que van desde ayuda para renta, gasolina, guardia, días trabajados, ayuda para lentes, vales de despensa, puntualidad, mensual, anual, bueno la cláusula cuarta explicaba que cada trimestre el salario de todos se incrementara con respecto a la inflación, ya no lo tenemos, para resolver esto, el periódico gastaba el 91% de sus ingresos, todo lo demás era para sus insumos: papel, agua, electricidad, tintas, papelería, etc. Cualquier empresa mundial, ninguna empresa soportaría eso, entonces el periódico hizo un llamado hace dos o tres años para modificar el contrato y a los trabajadores no les gusto, no hay trabajador que acepte la reducción de su sueldo, de su salario, todos tenemos un tren de vida muy difícil de dejar de lado; pero era eso o el cierre del periódico. En el 2016 llegamos un grado de aplicar esas medidas o cerrar en febrero, se los dijimos tenemos dinero solo para dos meses, el periódico no hizo un solo despido por la situación económica, hubo despidos no por la huelga, sino como se comportaron los líderes, para aplicar la huelga, -nos separaron-, yo no soy sindicalizado, yo estaba dentro del edificio, quedamos los empleados sindicalizados y no sindicalizados encerrados con cadenas dentro del edificio, fue una de las consideraciones que tomo en cuenta la Junta de Conciliación y Arbitraje para cancelar la huelga, fue que ésta se actuó con violencia, con cadenas y candados, no dejaron entrar comida ni agua, entonces hay una demanda penal contra ellos, porque no nos dejan salir, es un proceso muy complicado. Entonces para regresar a tu pregunta original, eso no es neoliberal, es una situación de sobrevivencia, si seguimos todos o nos vamos todos, ahora no nos podemos dar el lujo de que *La Jornada* cierre, ni como reporteros ni como país, si es un sacrificio en nuestros ingresos, pero tenemos ingresos, muchos tenemos que trabajar; no es momento de que un grupo de periódicos si tienen una relación laboral a través del *outsourcing* tengamos una vía extra, tengamos ese privilegio, ¿Tendríamos que salvarlo no?

**P: ¿Algo más que desee agregar?**

**R:** No.

**Núcleo temático: 1.- Desarrollo Económico**

**P: ¿Cuál sería el costo para iniciar un proyecto periodístico aquí en México?**

**R:** Honestamente no tengo un cálculo, he presenciado intentos para iniciar periódicos, algunos han fructificado otros no, pero hay una gran cantidad de factores imponderables y des moralidades para crear un periódico, por ejemplo; la primera cuestión que se plantea, sería si la empresa periodística va a tener talleres propios o no y aquí hay una enorme diferencia. *La Jornada* surgió sin talleres propios, se maquilaba en dos lados durante mucho tiempo y en algunas ocasiones las empresas periodísticas se encuentran que tener sus propias rotativas es un negocio adicional y a veces un negocio superior a la edición periódico, aquí hay un asunto de planeación financiera, tienen que estar apuntalados con créditos, que tienen que ver a mediano plazo, *Reforma* en cambio comienza con sus propias máquinas. Hoy en día a precios de hoy desconozco el coste, en alguna ocasión hicimos un cálculo, estoy hablando de los años 90 y encontramos que un diario nuevo debería de costar 50 millones de pesos actuales, quitándole los ceros que se suprimieron al inicio de los 90, pero hoy sinceramente no tengo datos.

Hoy la situación es totalmente distinta, incluso yo diría, que habría que preguntarse si valdría la pena hacer un diario impreso, ante el abatimiento de los periódicos tradicionales de la incursión del mundo digital, el tipo de impresión, el tipo de publicación es el primer dilema. Y luego hay diarios que nacen con finanzas muy angustiadas, con salarios muy bajos, con nulo o solo simbólico pago de remuneración de sus colaboradores, que fue el caso de *La Jornada* y otros con más visión y apuntalamiento empresarial aparecen con un gran dispendio para competir no solo en el mercado por los lectores, sino el mercado de los autores y de las firmas y de los reporteros, que fue el caso del *Reforma*; las colaboraciones en *La Jornada* cuando comenzamos a hacer el periódico, eran insisto solo pagadas simbólicamente, hoy no lo sé y bien a bien, *Reforma* apareció peleando por llevarse colaboradores de otros sitios

---

<sup>443</sup> Raúl Trejo Delabre. Catedrático/analista de medios de comunicación. Edad: 64. Lugar de estudio: UNAM. Cargos en el diario: Catedrático, cofundador de *La Jornada*, 86 -88 editorial, diario *El Universal* columnista. Diario *el nacional* como Subdirector. Años de trabajo: Desde 1984. En diferentes medios impresos. Situación actual laboral: Catedrático de la UNAM centro de investigaciones sociales. Y escribe en *La Crónica*, desde 1996. 15/02/2018.

pagándoles muy bien, así que hay muchos modelos, depende de qué tipo de medio y en qué momento se quiere hacer.

**P: ¿Hablemos si económicamente un diario se puede desarrollar sin seguir los lineamientos ideológicos y económicos del Estado?**

**R:** Yo diría que desde aquellos años, el negocio consistía en no seguir la política del Estado y no al revés, desde los años 90, estamos hablando de los últimos años del gobierno de Carlos Salinas y primeros del gobierno del presidente Zedillo, el Gobierno Federal dejó de sostener todas las prácticas que se llevaban con la publicidad oficial como un elemento de control, no ha desaparecido incluso hoy en día, pero no se puede asegurar que no había publicidad en los diarios críticos, *Reforma* nace con esa expectativa, *La Jornada* crece gracias a la publicidad oficial, aparecen otros diarios, *Milenio* y se reciclan otros más, *El Economista*, etc. Y no se pueden decir que estos diarios sean afines al gobierno, la idea que para tener un periódico, es necesario con temporalizar todo con el gobierno, se empezó a desmoralizarse en los años 90, insisto, al contrario; un periódico solo condescendiente con el gobierno, es un periódico que no compite que no tiene publicidad y mucho ojo en los años 90 comenzó a diversificarse el monopolio que había crecido en el PRI, en los distintos escalones y ámbitos del Estado mexicano, empezó a ver gobernadores y cada vez más alcaldes y legisladores de partidos de oposición y esos han tenido su propio presupuesto de publicidad, así que cuando no es gracias al respaldo del gobierno y el PRI, hay periódicos que han tenido respaldo de otras administraciones como fue el caso de *La Jornada* en la ciudad de México, cuando empezó a gobernar el PRD.

**P: ¿Hablemos cómo ha afectado la globalización en términos económicos a estos diarios?**

**R:** Afecta a todo, tienen más retos pero también más mercados, el problema es que los periódicos mexicanos no han sabido o no han querido incursionar en el mercado global, *La Jornada* sigue siendo gratuita, tiene algo de publicidad en su versión en línea, pero no ha apostado, como dicen los financieros: monetizar, a traducir en dinero la presencia internacional que tienen ¿No sé por qué? *Reforma* hizo todo lo contrario, empezó a bloquear el acceso al sitio web, a no ser que sea mediante un pago y se privó de un mercado potencial ahí, habría que buscar una versión intermedia, eso es parte de la

globalización empezó a utilizar la red de internet, que empezó a desarrollarse en los años 90, coincide con el periodo que a usted le interesa.

En otros sentidos, pues no sé, la globalización cultural, informática, informativa, distingo todos esos términos, que ha ocurrido permite que haya más circulación de documentos e ideas, permite también que se conozca más lo que se publica en otros sitios, les da a los posibles lectores la opción para encontrar material en otros periódicos; en los años 90, a comienzos era imposible, a no ser que sea la versión mexicana, leer diarios de Europa, a fines de los 90, era de lo más frecuente, de tal suerte que hay información que antes uno buscaba en diarios mexicanos ahora lo puedes encontrar en otros sitios. Y por otro lado, este es un marco de referencia muy curioso, en México no se traduce en un marco de exigencia, aunque tenemos acceso a diarios de todo el mundo de mayor calidad, los lectores mexicanos siguen condescendiendo con la mala calidad, con el viejo periodismo, con el deficiente profesionalismo de la prensa mexicana.

**P: ¿Hablemos si se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental en México?**

**R:** Eso hizo *Reforma* y en alguna medida eso lo hizo *La Jornada*, por lo menos sin el proteccionismo de un gobierno, porque hay varios, no los había cuando inició *La Jornada* y *La Jornada* fue respaldada con publicidad del gobierno federal y otras instituciones y luego empezó la diversificación política en los gobiernos estatales y eso permitió cuando el gobierno central del PRI... Eso pasó con *Proceso* por ejemplo, vetaba completamente una publicación y ésta era auxiliada por las finanzas de los gobiernos locales.

**P: ¿Económicamente la definición ideológica en una editorial supone un crecimiento en un periódico?**

**R.** No necesariamente, depende, no hay una fórmula que se pueda establecer, ni más contestatarios reciben más dinero, ni más avocerados (sic) al gobierno reciben menos o viceversa, depende de las circunstancias, depende del manejo político y depende de la política real del periódico; hay publicaciones, esto ha ocurrido con *La Jornada* en años recientes y quizá desde hace muchos años, que circulan con emblemas contestatarios y realmente tienen una política muy permisiva o condescendiente con el gobierno. Más

aun, hay periódicos que parecen de oposición y que venden sus primeras planas, como está documentado en el caso de *La Jornada* al gobierno. No hay líneas editoriales congruentes y esto vale yo creo que para prácticamente toda la prensa mexicana, no hay periódicos que se pueda decir que son de izquierda o de derecha, independientemente lo que signifique una u otra referencias ideológicas eso es otra discusión y este pragmatismo que tienen los diarios mexicanos, es lo que permite ajustarse a distintas circunstancias políticas.

**P: ¿Se le puede percibir ideológicamente de izquierda y de derecha a estos dos diarios?**

**R:** Es de izquierda y sus lectores se consideran de izquierda, yo me pregunto: ¿Qué es la izquierda? Han sido muchas cosas, Norberto Bobbio diría que la izquierda: Es el segmento que pugna por la libertad y los derechos humanos y la igualdad. ¿Hacen eso los actores políticos privilegiados de *La Jornada*? yo creo que no, ¿Por la libertad de los Zapatistas? Yo diría que no, que era un modelo económico diferente; ¿Pugnaba por la democracia Cuauhtémoc Cárdenas en el 88? Quizá sí, y luego tuvo una actitud antidemocrática al fraguar por un fraude que nunca se comprobó, sé que esto que digo es muy polémico, pero me atengo a los hechos documentados. ¿Es de izquierda López Obrador? Pues es muy discutible, sobre todo ahora con esas declaraciones que está teniendo y sobre todo ¿Es de izquierda la línea de *La Jornada*? Ha coincidido con movimientos de izquierda, ha respaldado a sindicatos democráticos, independientes, ha apoyado causas que en su momento no eran apoyadas por otros periódicos y yo creo que *La Jornada* fue creando una fachada de izquierda, para defender en ocasiones causas profundamente conservadoras y sobre todo para defender negocios y su propio negocio y para mantenerse en el nicho de mercado, que fue la fama, la imagen pública de este periódico que fue construyendo.

Por cierto, Cuando hicimos *La Jornada*, -yo fui parte del grupo fundador y sigo siendo a pesar mío, sigo siendo accionista, he querido renunciar a mis acciones y no me lo permiten-; nunca pensamos en hacer un periódico de izquierda, porque no era ni la vocación de muchos de nuestros fundadores, ni lo que creíamos necesario para el país en ese entonces. Queríamos hacer un periódico de centro izquierda, social demócrata, con principios liberales, abierto a la discusión, había priistas muy destacados al inicio en *La Jornada*, gente muy inteligente además, había gente comprometidas con partidos de

izquierda, en aquel momento estamos hablando del 84, el Partido Socialista Unificado de México, (PSUM), luego el PMS que hicimos; todos movimientos estaban representados en *La Jornada* y no solo ellos, eran un periódico muy identificado o con espacios para priistas de izquierda o ilustrados, había gente del PAN como Bernardo Batís, muy brillante, no era un periódico copado por las izquierda o con esa vocación.

## **Núcleo temático 2.- Estructura legal**

**P: ¿Hablemos de cuáles eran las circunstancias legales que había en México cuando iniciaron sus actividades el *Reforma* y *La Jornada*?**

**R:** *La Jornada* surge de una crisis del periódico *Uno Más Uno* y cuando renunciamos a aquel diario, esa es otra historia, discutible y que hay que revisar en algún momento, nos planteamos hacer un nuevo periódico, atentos y confiados en las reglas que había para en la creación de impresos. Había la posibilidad, que se discutió mucho de hacer una cooperativa, pero estaba reciente, bueno no tenía más una década de lo que había pasado en el periódico *Excelsior*, donde esa cooperativa fue copada por gente de opinión diferente a la de los periodistas encabezados por Julio Scherer y se descartó esa modalidad. Entonces se hizo una empresa, una empresa con todos los requisitos de la ley, pero con una estructura accionaria, que se esperaba impidiera el control por parte de grupos, si es que se formaran grupos e impediría que los fundadores lucrarán con el periódico; se hicieron dos series de acciones, una de la fundadores que compartiría con 120 personas, una propiedad equitativa del periódico y no tendrían derechos a rendimientos cuando el periódico costara más y tuviera ganancias. Y otra serie de acciones para muchos ciudadanos que cooperaron con poco dinero o con mucho, algunos no pidieron acciones a cambio, por ejemplo, pintores que regresaron cuadros y estas cosas, pero hay quienes invirtieron en el periódico y han tenido derecho a algún rendimiento, no sé en qué medida.

Y ese era el esquema, un periódico de iguales, donde cada uno de los 120 fundadores tenía derecho a las mismas prestaciones, a las mismas decisiones de la asamblea de accionistas, esto funcionó unos cuantos años y muy pronto se desnaturalizó este esquema, primero porque algunos se retiraron del periódico, la línea editorial que tenía no les gustó, renunciaron o se fueron a otros medios o dejaron de escribir, sobre todo; autores, intelectuales, profesores gente que no vive solo del periodismo. En

segundo lugar, ocurrió que los estatutos fueron modificados y se cambió la taxativa para que hubiera límites en la reelección, Carlos Payan se reeligió una o dos veces, ya no recuerdo, de lo que permitía las reglas y luego doña Carmen Lira se ha reelecto, ya nadie sabe cuántas veces, quizá más que Fidel Velázquez en su momento, lo digo en serio.

Y se encargó en que Carmen conocía mucho la historia de las luchas sindicales de este país, ella cubría la fuente sindical como reportera cuando yo la conocí, yo trabaja en *el Sol de México*, luego se viene este proyecto estando yo en el *Uno Más Uno* web, es decir; las reglas originales fueron modificadas y al final del grupo fundador que era muy plural, quedo un grupo muy pequeño a cargo del periódico y entre otras cosas por eso hoy *La Jornada* no es lo que esperábamos que fuera. Esa fue la estructura legal, desde luego en el país había garantías para crear empresas, no era un problema legal, lo que buscaron quienes encabezaron al grupo fundador de *La Jornada*, fue la esquinencia (sic), política del gobierno, no se podría crear un periódico, tan vistoso al menos en términos propagandísticos, sin acuerdo del gobierno y el gobierno dijo que si, esa es la verdad y *La Jornada* pudo desarrollarse. ¿Qué hubiera pasado si hubiera dicho que no? Hubiera sido otra historia eso no sé, pero no hubo oposición abierta, incluso hubo; aunque no de manera muy abundantemente publicidad oficial en este diario desde los primeros meses.

**P: ¿Hablemos del marco legal que existe en México para la labor periodística?**

**R:** No hay un marco específico para las empresas periodísticas, no sé si debiera haberlo, algunos hemos propuesto, lo hacía por ejemplo, Miguel Ángel Granados Chapa con alguna frecuencia, que haya reglas para que las empresas periodísticas, interesadas en tener... No quiero decir más compromiso social, en hacer periodismo y no negocio, puedan no solo revertir sus ganancias en el periodismo, sin utilizarlas para el negocio, sino tener por ejemplo, un marco legal preferente, apoyos del Estado, en vez de haya publicidad que se entrega de manera discrecional y que implica una perversión en el uso del dinero público, porque sea cual sea esa publicidad, significa que hay entidades del Estado y funcionarios que las encabezan, que pagan por anunciarse; nosotros hemos planteado hace mucho tiempo que haya partidas fiscales destinadas a publicaciones de calidad o publicaciones que atienden necesidades sociales específicas y que se entreguen con un tiempo limitado, eso sería un régimen distinto para la prensa como



hay en Catalunya, como lo hay en Francia, en algunos otros sitios, es una discusión vigente hoy en México. Fuera de eso, yo creo que una empresa periodística debe tener los derechos y las obligaciones de todas, un problema que hemos tenido en México es que, con el pretexto de que hacen periodismo y que reciben favores del gobierno, muchas empresas se acostumbraron a no cumplir con las reglas laborales más elementales, no pagaban seguro social, eso ocurre mucho, no sé si en diarios en la ciudad de México, hoy no conozco la situación, pero si ocurren en diarios del interior del país o en empresas de medios, no pagan seguro social, no hay seguro de vida, no hay prestaciones, los salarios son por debajo del mínimo legal que se establece en la dieta de los periodistas; es decir, el problema no es que no haya régimen especial para los periódicos en términos legales, sino que se aplique en los periódicos el régimen legal que existe para las empresas en México, hay centenares de periodistas mexicanos sobre todo en los estados, usted conoce la situación en Sinaloa, estarían agradecidos si se aplicaran las reglas actuales y esto no ocurre en muchos casos.

**P: ¿Hablemos si considera que la ley de prensa que existe en México protege más al periodismo que al que ejerce el ejercicio profesional?**

**R:** No tenemos una ley de prensa, hay una ley de imprenta, esa vieja ley de 1917, está a punto de cumplir 101 años, no se ocupa del ejercicio empresarial, no se ocupa de los periodistas, se ocupa de sancionar a los afectados por los periódicos, incluso es una ley que ya ha sido recortada, se le quitaron las situaciones más ominosas, que establecían las penas, sanciones corporales, es decir; penas de cárcel para quienes calumniaran o ofendieran, sigue existiendo, tiene una formulación muy antigua, su definición de daño o injurias o este tipo de cosas es muy atrasada, no hay propiamente un ley de prensa, no sé si deba a haberla, pero no existe en México, fuera de esta ley de imprenta de la ya he mencionado.

**P: ¿El marco regulatorio sobre la libertad de expresión que existe en México, posee características democráticas como en los países occidentales?**

**R:** Ahí sí, el problema es que es un acto disperso que ha sido resultado de una relación muy tortuosa de la sociedad y los medios de comunicación y que mantiene por un lado disposiciones muy atrasadas. Si la ley de imprenta se aplicara cabalmente, si se cumpliera lo que dice, habría que multar a centenares de periodistas, caricaturistas y

comentaristas, por fortuna no se aplica. Yo estuve sometido a un proceso judicial, porque un señor me demandó, por un texto que escribí, un locutor que se llama Pedro Ferris de Com, hace diez años; desde luego gane, pero tarde muchos años, teniendo que ir a tribunales, gastado en abogados. El periódico donde yo trabajaba, que es donde escribo ahora, me respaldó, un abogado muy prestigiado y sus despachos me dieron sus servicios de manera gratuita, el señor Luis de la Barrera, pero es una lata, si funciona, si se aplica en perjuicio de la libertad de expresión en ocasiones la ley de imprenta que aun tenemos, soy testigo de ello. Pero por lo general tenemos un marco general disperso, con reglas diferentes, en algunos casos para los medios electrónicos y por otro lado para los medios impresos, hoy en día estamos frente a esfuerzos recientes para homogenizar esas reglas, por ejemplo; con el derecho de réplica, que ha sido discutido recientemente y con el asunto de la publicidad oficial, hay avances en cuanto a la despenalización de los delitos de opinión, se retiró del código penal, se mantiene en el código civil sanciones para quienes difaman o injurien, creo que también la sociedad debe de tener recursos para defenderse de los medios. Pero no tenemos leyes más avanzadas, por ejemplo; que establezcan disposiciones para proteger a los periodistas, los periodistas que son perseguidos, quizá necesitarían en casos específicos un régimen especial, no está reglamentado el secreto profesional, que es un tema muy discutible, se puede abusar de él, pero no habido una discusión legislativa seria. Lo que sí tenemos en los últimos diez años, es una transformación radical de la legislación para los medios electrónicos y en algunos segmentos para la prensa escrita, hablo del derecho de réplica, hablo de despenalización, hablo de lo que viene; que no se en que va a desembocar, que es la publicidad oficial, eso tendrá una solución en los próximos dos meses.

**P: ¿Cómo considera que está actualmente la libertad de expresión en el sistema político mexicano?**

**R:** Yo creo que tenemos un Estado que respeta, pero no garantiza a libertad de expresión. Tenemos un país muy grande, muy heterogéneo, yo creo que se puede documentar que la mayor parte de los casos la libertad de expresión se ejerce, incluso con críticas que pueden ser consideradas dentro de los casos de abusos que señala la legislación. Hay una prensa muy crítica, hay burlas y caricaturas y todo eso, que es parte del debate público y en algunas ocasiones en segmentos muy específicos del país, hay violaciones a la libertad de expresión, por parte de autoridades menores; los presidentes

municipales son los principales atentadores de la libertad de expresión en algunas partes del país. Y hay segmentos donde el crimen organizado, ha resuelto tener su propia agenda pública y presiona o amaga a periodistas, incluso en algunas ocasiones los secuestran y asesinan. Es una situación muy heterogénea, si solo atendiéramos a la desaparición de periodistas, a los asesinatos de periodistas, pues diríamos pues claro que no hay libertad de expresión, si leemos los periódicos, si vemos los portales de internet y escuchamos la radio y vemos la televisión, en donde hay muchas posiciones políticas y no hay, yo creo, información que sea escatimada a los públicos de estos medios, habría que reconocer que si la hay, es un bandeja compleja que tenemos en este caso.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

#### **P: ¿Cómo se percibe la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** Es igual difuminada, incierta, vigente en algunos casos y sobre todo insuficientemente explícita. Una gran cantidad de periodistas todavía hoy y esto ocurrió desde los años 90, cuando empezamos hablar de estos temas en México, ya se hablaba, pero en una mayor discusión académica y a veces en segmentos en los medios de comunicación; consideran que los parámetros éticos, vaya, los códigos de ética por un lado y por otro lado la creación de instancias para garantizar que se apliquen, consejos de redacción, defensores de lectores, este tipo de recursos, limitan el ejercicio de su profesión. Todavía tenemos hoy periodistas, no solo por viejos o experimentados, como quiera decirle, sino porque se han formado en esa cultura, que consideran que la ética es una restricción. Yo cuento mucho una anécdota que me detengo un minuto para relatarla y la he publicado, hace muchos años el rector de la UNAM, que era José Zadukan, un biólogo muy prestigiado, me invito a organizar una serie de cursos para periodistas y entre estos cursos, la parte central eran cursos de ética, le enseñe el programa en fin, eran cursos muy variables; por ejemplo, quienes quisieran conocer Derecho Constitucional recibirían un seminario en la Facultad de Derecho, quienes quisieran saber sobre Finanzas Públicas habría un seminario en la facultad de economía, pero requeríamos que sus medios les dieran permiso, los becaran, les facilitaran una hora, para venir a la universidad. El rector organizó comidas en la torre de la rectoría, aquí en Ciudad Universitaria, con varios directivos de medios, vinieron gente de radiodifusoras, algunos periódicos, mostraron un interés mediano y el único rechazo explícito a esta propuesta de la universidad lo escuchamos por parte del director de la revista Proceso,

cuando le planteamos a Don Julio Scherer, la invitación para que sus reporteros, algunos de ellos vinieran a tomar cursos y vio que en programa había un curso de ética, me dijo: -¡ética Raúl!- me dijo a mí, ¿Ustedes quieren enseñarnos ética? -Oiga, en México la ética es Proceso- ahí acabo la discusión. Este proyecto no prospero por este tipo de actitudes, una gran cantidad de periodistas con una visión conservadora, pero de pronto complacientes con ella, consideran que la ética son las reglas que a ellos les gusta, esto permite a la gente estar más tranquila y felices de la vida, pero no permite una autentica difusión; entonces si usted me pregunta cómo está la situación de la ética, yo le diría que está muy matizada por esta negativa a contratar sus trabajos con la opinión de otros, que es lo que permite los parámetro éticos. Y por desgracia, la llegada de nuevas generaciones de periodistas, que pudimos pensar con algo de ingenuidad que iban a refrescar, el ejercicio profesional en los medios, no siempre ha cambiado las cosas. Yo doy cursos de reportaje, hace tiempo en la Facultad de Ciencia Políticas y siempre hablo de la ética y contar experiencias y una vez ya terminado el semestre, una joven que quería ser periodista, -Me dijo- -Oiga profesor yo quiero hacerle una pregunta, -A sus órdenes le dije- -Usted no habla mucho de ética, ¿Por qué quiere que nos quedemos sin trabajo?- -No le entiendo dije yo con sincera ingenuidad,- -Es que si aplicamos lo que usted nos dice, nos despiden y no hacemos negocio.- Y ahí entendí que no tenía que hacer mucha insistencia y esto ha ocurrido, lo que sí tenemos hoy y eso hay que reconocerlo, es el reconocimiento de unos cuantos medios de comunicación, de que la ética es un recurso para prever, resolver problemas de comunicación y para competir y para prestigiarse; por eso hay unos cuantos medios que tienen códigos de ética y los difunden y creo que eso está bien. Hay unos cuantos medios que tienen defensores del lector, hoy los códigos y los defensores son obligatorios en el caso de los medios de radio y televisión, yo en lo personal considero que no deben de ser obligatorios, pero la ley dice que sí, y estamos ante un proceso de creación de códigos de ética y establecimiento de defensorías en todos los medios electrónicos y más en la prensa escrita. Esto de algo servirá, pero no es la única garantía, hace falta que haya una sociedad interesada en reclamar el cumplimiento de códigos y de pautas profesionales, porque si no va ocurrir, lo que ha sucedido hace décadas en varios periódicos, que tienen códigos de ética muy interesantes, que están publicados, que son conocidos pero no los cumplen. Yo estoy convencido que todos los días el diario El Universal, que es un diario muy importante, incumple su código de ética, el código está en el sitio web, si

uno lo contrasta con la información... En el caso de *Reforma*, se sabe que tienen parámetros éticos, pero son clandestinos o confidenciales, no se conocen hacia afuera, que código de ética y esto desde el comienzo del periódico, puede tener eficacia, si solo se conoce al interior del periódico, es una eficacia muy limitada, es un código que no está pensado para ser reclamado por los lectores, sino solo como un instrumento de conciliación ante conflictos dentro de la redacción.

**P: ¿Cómo concibe la periodista del cero al diez, con respecto a otras profesiones en México?**

**R:** No sé cuál sería el diez, es decir, no se cual profesión ameritaría el diez, Senador, Chef prestigiado, Profesor Universitario, depende. Yo soy un profesor muy privilegiado, porque tengo muchos años de antigüedad, de esos sobresueldos que dan cuando uno trabaja más y no tengo derecho aquejarme, pero muchos colegas míos sí, que acaban de entrar y tienen salarios que no han mejorado; es decir, depende de las circunstancias, hay Arquitectos que tienen buenos trabajos y tienen buen reconocimiento social y otros que no entran a ningún despacho. En el caso de los periodistas ocurre lo mismo, hay periodistas que están en medios que reconocen su trabajo y les pagan salarios decorosos, que les permiten no depender de otro ingreso, yo diría que es imposible acumular dinero en demasía, solo a partir del trabajo periodístico; pero si se puede vivir con decoro, hay casos excepcionales de gente que han de tener mucho dinero por el servicio en distintos periódicos de sus colaboraciones, es un trabajo bien ganado, es el caso de Manuel Buendía de Miguel Ángel Granados Chapa, no eran periodistas pobres, al final de sus carreras, pero durante muchas décadas, me consta en el caso de Granados Chapa, que nunca aspiraba a tener lujos, ni nada, tenían vicisitudes para cumplir con necesidades más elementales para su familia y siempre lo hizo de manera ordenada. Pero un reportero que intenta trabajar en un periódico tiene esperar mucho tiempo, salvo excepciones, para escalar en la pirámide laboral, no hay carreras profesionales, salvo excepciones en los periódicos, cada vez hay más movilidad, igual que otras actividades de una empresa a otra, los periodistas no siempre logran por ejemplo; antigüedades en el Seguro Social, en fondos de pensión, los jóvenes que entran hacer periodismo, no piensan igual que en otros casos que tienen las garantías que en otros casos, como en el caso de los medios, para formar un fondo, que 30, 40 años después, les permita tener una vida remunerada. Sigue siendo un gremio sometido a

condiciones laborales muy inciertas, a mucha alevosía, a mucha prepotencia de las empresas y esto vale lo mismo para medios con aparente experiencia de estado empresarial como *Reforma* y para medios de otro estilo como *La Jornada*. Y es profundamente descorazonador e indignante, ver cómo; en todo tipo de medios, el reconocimiento de los derechos laborales es casi nulo, ahí está la experiencia más reciente en *La Jornada*.

**P: ¿Existe una proporción en el nivel educativo y su ética profesional en el periodismo mexicano?**

**R:** No, ahí está el caso de la chica que me reclamaba porque hablaba de ética, que estaba egresando de una facultad de una universidad pública, nos confirma que no. Desde luego la educación no estorba, la instrucción universitaria es un recurso más, pero no es fundamental para hacer un buen trabajo periodístico y con o sin instrucción universitaria, hay una enorme cantidad de periodistas que aunque no esté por escrito, tienen parámetros éticos. No hace falta que haya un código de ética, para saber que el que recibe dinero de un funcionario está mal, hay que publicar o dejar de publicar algo si la redacción está mal, el plagio está mal, ese tipo de cosas y mucha gente sabe, que hay límites que no deben de transgredirse, porque si no, empieza a dejar de hacerse un trabajo profesional.

**P: ¿En ese sentido considera que debe regularse la ética profesional del periodismo?**

**R:** Yo creo que debe de haber reglas éticas en todos los medios, lo he escrito, incluso alguna vez hice un código de ética, que tomaron algunos los medios. Me parece que hay una obligación pública y moral de los medios para tener códigos de ética, pero no debe ser obligatorio, es lo que he sostenido siempre; o una diferencia esencial, las leyes formales nos obligan a todos cumplir una corrección de parámetros que establece el Estado, para normar nuestra conducta, es ilegal que yo le confisque su computadora, no se vale, me apropio de algo que no es mío y eso está sancionado por la leyes. En cambio la ética tiene un componente subjetivo e implica una decisión de quien la asume como tal para cumplirla, debe de haber ese reconociendo voluntario, si no, no funciona, esa es la gran diferencia; por eso me parece que no es pertinente que sea impuesta, aunque insisto, el Poder Legislativo Mexicano al hacer la nueva ley de radio y la televisión,

decidió que debía de ser obligatoria en el caso de los medios electrónicos, que no está funcionando por cierto.

**P: ¿Hablemos si el ejercicio de los periodistas basado en la ética profesional, es autónomo?**

**R:** Bueno, no hay ejercicio profesional absolutamente autónomo y mucho menos cuando se trata de una actividad de interés público, todos quienes están en un medio de comunicación, tienen un contexto, tienen intereses, el interés de la empresa, el interés político de cada informador; por eso yo digo, que no existe la objetividad en la comunicación, no la hay en ninguna actividad de la vida y mucho menos en la transmisión de información o de acontecimientos, que siempre son presentados con los matices que le impone cada comunicador. Cada noticia es redactada, cada reportaje es filmado o retratado, según la óptica de cada quien y creo que esto vale para otros ángulos del periodismo, no hay autonomía absoluta, mucho menos para los periodistas. Un periodista depende de asuntos tan cotidianos como la cantidad ordenes en el trabajo que le dan cada mañana y entonces no puede hacer periodismo de investigación en una fuente si tiene que cubrir cinco fuentes, depende de las preferencias de su periódico, aunque no le digan, cuida este funcionario o golpea a este otro, si sabe cuál es la línea del periódico, está motivado a cumplirla y sabe que si no la cumple, no aparece su nota. La nota que hace el periodista pasa por una serie de filtros y esos filtros van censurando, matizándola, rechazándola y jerarquizándola; no es la misma nota que parece en la página uno a una que parece en la chiquita en la página 18; todo eso limita esa independencia, no hay un individuo independiente en los medios, porque el trabajo en los medios es por definición es colectivo. Desde luego es deseable la independencia frente a poderes que tienden a limitar la libertad de prensa: el gobierno, los partidos, los empresarios, las iglesias, las universidades; lo que sea. Y depende de las circunstancias y las garantías que tenga, para ejercer esa independencia, el hecho que un periodista lo haga o no.

**P: ¿La ética profesional del periodista en México, tiene características del liberalismo capitalista?**

**R:** No y a diferencia de esos esquemas, supongo que estás pensando en lo Hallin y Mancini, que ubican al periódico nórdico en uno de sus modelos, en aquellas

circunstancias los medios de comunicación, comparten no solo la ética liberal y el modelo protestante, que habla Weber; que supone que la honestidad, supone con razón, es fundamental para ganar la confianza y en el caso de los medios de comunicación, sin la confianza de la sociedad no pueden desempeñarse, porque reside la confianza en la sociedad, entre otras muchas cosas, porque los medios son negocio y si no son negocio no circulan, si no tienen electores o anunciantes desaparece. En el caso mexicano tenemos una fuente originaria de terribles perversiones, que es la publicidad oficial, centenares de periódicos, quizá millares, han circulado en este país, sin lectores. No sé si en la Complutense le hayan preguntado cómo funciona esto en México y le hayan entendido; a mí me cuesta mucho trabajo, cuando voy a otros países explicar, ¿por qué en México ha habido tanto diarios, con tan pocos lectores y porque el gobierno se anuncia en diarios con tan pocos lectores? -me preguntan- , es absurdo. Y esa situación absurda, se ha manteniendo en Sinaloa, en Veracruz, en la Ciudad de México y en todos lados, ¿Cuántos diarios hay en Culiacán? Son periódicos pequeños y que circulan porque el Presidente Municipal les da dinero, la UAS a lo mejor también, hablando de situaciones muy diversas, el Gobierno también. ¿Por qué se mantiene este régimen de subsidio a publicaciones que no circulan? Por *costumbre* del Sistema Político Mexicano. ¿A quién le sirven? A nadie, nadie las lee, claro, es parte del trabajo, hay muchos periodistas que medio cobran y como han dicho algunos de ellos; hice un estudio hace algunos meses sobre la situación de periodistas en varias partes del país para la Comisión Nacional de Derechos Humanos y dos cosas documentamos, que en muchos sitios los periodistas reciben salarios muy bajos o no los reciben, porque a cambio de eso van extorsionando, así lo dicen ellos, está registrado. Ese sistema repleto de corrupción y tráfico de influencia se ha mantenido y por eso tenemos a diferencia de esta Prensa Nórdica, reforzada con compromisos con la sociedad; en el caso mexicano tenemos una prensa a la que no le interesa el respaldo de la sociedad, no les interesa tener lectores, les interesa que haya negocio y si hay lectores les interesa que sea en grupos muy pequeños. Ahora la situación de la prensa está vendida a los grupos de delinquentes, por gusto o porque no les queda de otra; ya habido periódicos, incluso decomisados desde hace años por el Estado Mexicano, cuando se comprobaba su relación con el narcotráfico, pero hay muchas formas de crear esta dependencia, la situación es muy compleja, pero ha resultado antes que nada del patrocinio oficial a periódicos y a medios de comunicación, sin arraigo en la sociedad.



#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo Político**

**P: ¿Hablemos de cuál es el parámetro democrático que ha tenido la prensa en la historia de México?**

**R:** Pues depende, no podemos hablar de una prensa, sino de muchos casos por lo general, hemos tenido periódicos cobijados por el Estado Mexicano, que han abrevado, que se han beneficiado de algunas de las prácticas más tradicionales del Estado, pero esto es muy curioso también, que son, sin embargo; críticos del Sistema Político Mexicano, que paradigma democrático tiene la prensa no lo sé. Es un aprensión en términos generales y los periodistas en términos generales, son de talante liberal, apuestan por el pluralismo, desconfían del PRI y del gobierno priista, aunque vivan de él, se sintonizaron de manera exitosa con los gobiernos del PAN y siguieron viviendo en parte de estos gobiernos, son periodistas y medios sobre todo, son medios acomodaticios muy pragmáticos; yo diría que hay un talante liberal, hay excepciones, pero unas cuantas, no tenemos periodistas casi y empresarios de la prensa y medios de comunicación de derechas. Yo no conozco un solo medio al menos nacional o destacado del país, que tenga una agenda en contra de los derechos de las personas, a diferencia de otros países, no tenemos el periodismo de derecha que hay en los Estados Unidos y que hubo en su momento en España con la Prensa Franquista, aquí no, es parte de la cultura social; tenemos un periodismo en términos de definiciones políticas, incluso de definiciones ideológicas, un poco más avanzada que el resto de la sociedad, por lo menos eso ocurrió hasta ya entrado el actual siglo.

**P: ¿Es incompatible la objetividad del periodismo con filias políticas o partidistas?**

**R:** La objetividad del periodismo yo la entiendo con el compromiso en la información, dar cuenta de la mayor parte de puntos de vista que sea posible, pero insisto, a mi me parece que la objetividad plena no existe y que es una construcción ideológica que resulta un poco engañosa, porque bien a bien, no hay periodista plenamente objetivo, ni hay periódico que lo sea absolutamente. **P: ¿Hay un miedo a perder ingresos?** Hay una identificación con un modelo que nunca ha existido y que nunca se ha cumplido, que viene sobre todo del periodismo de los Estados Unidos. Un número enorme de periodistas dirán siempre que son objetivos, aunque no lo sean y una gran cantidad de lectores también dirán lo que ellos creen que es una prensa objetiva, pero luego;

aplicaran ese adjetivo a los enfoques que no les gustan, si un periódico es crítico con un candidato que a él le gusta, un lector dirá ese no es objetivo, porque quiere una subjetividad que no aparece ahí. También eso se debe a diferencia de la prensa de los Estados Unidos, que se compromete con los valores objetivos, pero que reconoce explícitamente su subjetivamente cuando la hay, en México ha sido muy inexistente o muy frecuente, la costumbre de que los medios de comunicación expresen compromisos políticos de manera explícita; vuelvo al caso de los Estados Unidos, cada vez que hay elecciones presidenciales o cada dos años incluso, los grandes medios dicen: llamamos a votar por este partido. *El New York Times*, *el Washington Post*, el que sea, dicen: creemos que este candidato es mejor; pero en la información hablan de todos los candidatos, nadie puede decir que el *New York Times* no cubrió la campaña de Trump o la CCN, pero el *New York Times* dijo nos parece que éste es un mal candidato y optamos por éste, ese un reconocimiento de la subjetividad del compromiso político, que no afecta a la otra objetividad del manejo de las informaciones, aquí tenemos todavía una prensa, a la que le da pena o que se niega a reconocer los compromisos políticos que afectan o propician entonces la subjetividad.

**P: ¿En ese sentido hay un periodismo politizado en México?**

**R:** Si, todo el periodismo es politizado y más en situaciones tan cargadas de ideologías como son las que imperado en México en los últimos 25 años, esto empezó a partir del 94, empieza a cambiar mucho la cultura política, la circulación de ideas, se polariza más el debate público, por muchas razones; yo creo que sí, se puede hablar de ese periodismo, cuya imagen se ha politizado. No sé, si esto afecte la reputación de los periodistas, lo que afecta la reputación de los periodistas, ha sido el ocultamiento de la realidad o los intentos para mostrar un franco de la realidad, que no se compara con todos los hechos, cuando los periodistas mienten, cuando dan una solo una versión, cuando aplauden, en general hoy en México y de hace pocos años, los periodistas más notorios, que son los que conoce la gente, se preocupan por guardar, por cuidar que su imagen no esté comprometida expresamente con una opción política, antes no; en las épocas antiguas, Jacobo Zabludosky en sus peores épocas, que las tuvo buenas luego, no le incomodaba estar comprometido con el PRI, luego sí. Julio Scherer, estoy hablando del periodista como el más contestatario, se ufanaba mucho, en sus libros lo hace de sus buenas relaciones que tenía con los políticos mexicanos, en sus libros que

son varios, Scherer menciona los regalos que le daban, cuadros valiosísimos de pintores de primera línea; en algún un libro cuenta Scherer, la camioneta que le regalo Carlos Hank González y cuenta que pensó en regresarla y luego pensó –no esto le haría mucha falta a mi familia- y la familia le dijo que padre camioneta, está descrito. Durante una larga época, los periodistas mexicanos de todas las vertientes profesionales e ideológicas, no solo no ocultaban sino se ufanaban de su trato con el poder y la verdad que durante un tiempo, la cercanía con el poder era parte de la normalidad con el periodismo; a mí me regalaban en una época muchas canastas con licores y yo solo escribía en un periódico modesto y me llegan muchas, cuando regrese uno de esos regalos, que lo hice varias veces, me mandaban otros. Era muy difícil resistirse a eso y era parte de las prácticas, independientemente de lo que uno opinaba, había esa costumbre del poder que tenían asertividad entre los periodistas.

**P: ¿Hablemos de la existencia de la pluralidad informativa en el ejercicio periodístico en México?**

**R:** Si, pero es difícil ubicarla, no tenemos periódicos organizados ideológicamente eso tiene ventajas y desventajas, como hay en otros países, en Europa por ejemplo. Es difícil reconstruir un acontecimiento a partir de un solo periódico o no siempre a partir de los mismos periódicos, hay asuntos que aparecen en un diario y luego en otros, que son semi-ocultados por unos y no por otros; eso está cambiando con las redes digitales o con el internet. Hoy en día la red es muy rápida y muy fácil encontrar distintos ángulos de un acontecimiento, aunque en los diarios no se muestren o se ofrezcan solo uno de sus ángulos.

#### **Bloque temático 5.- Institucionalidad política**

**P: ¿Considera al periodismo como una representación política de la sociedad?**

**R:** Proporcional a como es el mundo político, porque tenemos a un segmento de la sociedad que no se compromete políticamente, los despolitizados o apolíticos, o sin expresiones políticas específicas, en términos generales, insisto; no hay un diario prototípico, en México no hay un diario de referencia como lo puede haber sido el “País” en España, o el “Le Monde” en Francia. Yo diría que en términos generales, que en la prensa mexicana, se recoge las expresiones políticas más relevantes y entiendo por

ellas, la de los partidos con registro y algunas otras corrientes de opinión, éstas están en los medios de comunicación, hoy no sé si hace 20 años, pero hoy creo que sí.

**P: ¿Hablemos del periodismo como el guardián moral de los medios de comunicación?**

**R:** No, no sé si deba serlo, pero no lo creo, entre otras cosas, en el caso mexicano, porque el periodismo no suele ocuparse en los medios de comunicación, en otros lugares cuando hay cambios accionarios en una empresa de medios o cuando hay un despido de un periodista, como ha ocurrido recientemente en los Estados Unidos, eso se vuelve noticia; en México hasta hace poco y esto tiene limitaciones todavía, lo que ocurre en los medios no parece en los medios. No hay un periodismo que tenga como fuentes a los medios de comunicación, es más, en muchos diarios cuando se habla de un medio de comunicación, la noticia aparece en el sección de espectáculos, a veces en finanzas, no hay una ubicación peculiar, no hay un espacio para los medios y el periodismo especializado en medios es prácticamente inexistente; quienes escriben sobre medios en México, hay una colega mía en *Proceso* Florens Tussien, pero tiene una gran perseverancia, Fernando Mejía en *Milenio*, que es otro colega que salió de nuestra Facultad de la Universidad de México, Álvaro Cueva, pero es otro tipo de crítica, más de farándula, ¿Quién más? ¿Qué periodistas especializados hablan?, yo escribo un poquito pero no estoy especializado en eso y no tengo un espacio dedicado a eso y esto es un déficit importante. ¿Quién escribe de medios en Francia en Estados Unidos? No sé si en España, ahora que ha cambiado un poco la situación, podemos mencionar varias plumas, varias columnas muy acreditadas, que no son la conciencia de los medios, pero si un reducto crítico muy influyente; lo que dice la columnista de medios del *Washington Post*, el que escribe, no sé quién lo haga hoy en día, murió hace poco, en el *New York Times*, es muy importante, son juicios muy ponderados, muy severos, no tenemos esa experiencia en el caso mexicano o no las encuentro.

**P: ¿Considera que hay una crisis en el periodismo, en lo tecnológico, económico y social?**

**R:** Aparentemente si, por lo menos hay una transición inevitable, no se hacía que, tenemos décadas hablando de crisis en los medios, en el periodismo y esto no acaba de resolverse; en el caso mexicano, es una circunstancia que se complica más, porque a la

crisis que hay nivel mundial en el periodismo, con el auge de la redes digitales, por el desplazamiento de los formatos tradicionales en beneficio del digital, por la ubicuidad en la información, ya no nos enteramos a través del periódico de las cosas que pasan, no enteramos en *Twitter* y por mensajes de ese tipo. A estas circunstancias añade, la transición de la política mexicana, que ha implicado cambios de modelo del sistema político, aun no se hacia dónde vamos, pero está claro que hemos dejado el viejo esquema del partido hegemónico y esa cosas; México ha cambiado mucho en mucho sentidos, hemos cambiado el esquema para la política, hemos cambiado el esquema de los sindicatos en parte, hemos cambiado las reglas para la economía por puesto, no hemos construido claramente un nuevo sistema para los medios de comunicación y hoy perviven como decía Gramsci, lo viejo no acabe de desaparecer y ya hay muchas cosas nuevas. Así definía Gramsci las crisis y así lleva ya varias décadas.

**P: ¿Cuál sería la relación institucional que ha tenido el periodismo en las tres últimas décadas?**

**R:** Tan pragmática como los nuevos esquemas, ceñida a dos esquemas, uno de la complacencia mutua y se ha mantenido y se mantienen medios de comunicación y el periodismo por supuesto, que aplauden a cambio del respaldo oficial, esto son los medios que se encuentran en mayor decadencia, pero existen muchos; incluso hay medios ceñidos a este esquema, que a veces el aplauso no están redituable, que golpean y pegan, como decía López Portillo, que golpean para que les paguen, a veces es más negocio descalificar, que aplaudir y en este esquema de recompensas y desavenencias, se mantienen muchos medios, sobre todo pequeños medios en todo el país. El otro esquema, es el de la construcción de un periodismo más profesional, que apuesta en la competencia, que reconoce que hay varias opciones y que sabe que ineludiblemente va a tener que vivir sus lectores y del mercado para subsistir; pero que no acaban de romper con el patrocinio estatal y de este periodismo que empieza a ser diferente resulta parte de trabajo de investigación que aparecen hoy en algunas publicaciones. Mucho ojo, estamos frente a un fenómeno nuevo, que es la construcción de núcleos de periodistas que hacen investigación y que no dependen de ningún medio de comunicación, los periodistas patrocinados por mexicanos contra la corrupción; que es un poco el modelo que hay en los Estados Unidos, una fundación que tiene recursos privados y que hace reportajes que luego parecen en distintos medios. Estamos ante la creación de

periodistas sin periódicos, que se publican en redes digitales, que luego parecen en publicaciones ya establecidas; que tienen una independencia nueva y una dependencia de los fondos privados que los patrocinan, eso parte de lo nuevo que es una derivación de este segundo esquema que yo le menciono, del periodismo vigente en México.

**P: ¿Cuál ha sido la relación que ha tenido el periodismo después del TLC, es decir; si ha tenido un beneficio con la apertura económica con el nuevo modelo económico neoliberal?**

**R:** No ha habido repercusiones fundamentales, en primer lugar, porque la apertura económica; la apertura del mercado global, no llegó al periodismo mexicano, en parte por el ya multi-mencionado patrocinio estatal a los medios. El periodismo no estaba involucrado en el TLC y estuvo bien que así fuera, en parte se trata de países diferentes, códigos diferentes, los medios mexicanos, la televisión es otro caso; los periódicos mexicanos, no apostaban a ganar mercado en los Estados Unidos, no es como los productores de manzanas mexicanas, no sé si exportamos manzanas, porque sé que las importamos de Oregón, el tomate mexicano, el tomate de Sinaloa, buscaba mercado en los Estados Unidos. En cambio *el Debate*, *el Noreste* y *el Universal* no, no estaban interesados en el TLC, no aspiraran a incursionar en ese mercado, pudieron haber hecho alianzas los medios mexicanos con otros; estaban al margen de esa expresión de la globalización. Y en términos más amplios, la economía de mercado, que supone que haya varias opciones, que compiten entre sí, que de la competencia resulten mejores beneficios o la consolidación de empresas más poderosas, como es el caso; no se ha traducido del todo en la creación de un mercado de la prensa en México, porque existe el gran factor de consolidación de ese posible mercado que es el Estado, porque hay muchos productos a la venta, sin una demanda suficiente que son los electores de la prensa escrita. Yo no encuentro como el neoliberalismo y el TLC pudieran a haber afectado, excepto, con dos salvedades, la apertura comercial implicó, mayor acceso y más fácil, al mercado del papel; tanto que cuando se vendió PIPSA, casi coincide con el TLC. La empresa que producía papel en México que era benefactor de muchos periódicos, que no solo encontraban papel barato, si no a veces gratuito, desapareció, muchos periódicos estuvieron en contra de esto, pues se fue liberalizando y algunos periódicos en busca del papel o que no encontrón papel en el mercado mexicano, lo encontraron en el extranjero; recuerdo que fue el caso del *Economista*, que tuvo un

problema que no se lo vendían no sé por qué, fueron y lo compraron al Canadá, lo importaban a precios competitivos. Y en segundo lugar, la adjudicación de publicidad comercial, se ha generalizado un poco más en algunos casos, cuando ha habido empresas que reconocen que les conviene anunciarse en la prensa, para buscar compradores; es poca la inversión publicidad privada en prensa escrita mexicana, en comparación con lo que invierten en televisión, cine o internet o quizá en radio, pero algo ha favorecido, no la independencia, pero si la diversificación de algunas finanzas de algunos periódicos y de algunas revistas, de las que no hemos hablado. Revistas como *Nexos*, *Letras Libres*, revistas de ese tipo, con un nicho muy específico, que solían depender completamente del dinero del Estado, hoy hay diversificado sus finanzas, siguen requiriendo del dinero público, pero tienen cada vez más dinero privado, que incluso hacen apuestas políticas, anunciándose y contribuyendo a pagar, algunas de estas publicaciones, lo mismo ocurre al Reforma, al Universal, no sé de muchos más casos.

#### **Entrevista 11.-** <sup>444</sup>

#### **Núcleo temático 1.- Desarrollo económico del medio impreso**

**P: ¿Cuál considera a partir de los 90, el periodo donde la prensa ha tenido un mayor beneficio económico?**

**R:** Yo creo, que el periodo que me hablas (94- 2012), prácticamente, todo ese tiempo los diarios en mayor o menor medida han tenido ingresos, bien por concepto de publicidad oficial, o bien cuestiones o ingresos, distintos a la publicidad oficial. Donde se sostienen algunos medios, que es una costumbre en este país, en utilizar las precisamente las relaciones, este tipo de tráfico de influencias para un medio, y lograr la asignación de obras públicas, lograr firmas notariales; en fin muchísimos negocios en donde el medio es un instrumento para obtener este tipo de facilidades que de otro modo hubieran sido muy difíciles.

---

<sup>444</sup> Ernesto Villanueva Villanueva, edad 51 años, estudios profesionales en la UCM y la Universidad de Navarra España, cargos, docente e investigador, 14 años laborando en la UNAM, situación actual, Profesor investigador C de tiempo completo.

**P: Hablemos si económicamente se puede desarrollar un diario sin seguir los lineamientos de ideologías o modelos económicos.**

**R:** Yo creo que las ideologías de los periódicos, pues es ganar dinero, no creo que haya una ideología específica, claro en algunos casos se supone que la Jornada tiene cierta ideología, su propósito es llegar a un nicho de electores potenciales, más orientados a temas sociales de izquierda, pero no porque haya una ideología en ese sentido, sino porque es un nicho de negocio, como puede haber otro periódico, *el financiero* o *el economista*, con temas de economía. En ese caso, pues *La Jornada* tiene esa característica, el *Reforma* más bien es lo contrario, le gusta llegar a tomadores de decisiones, ahí si hay un ejercicio de periodismo relativamente militante, por parte de los propietarios; Alejandro Junco en particular, que busca en sus puntos de vista incorporarlos como parte de la agenda pública o hacerlos agenda en los periódicos que posee.

**P: Hablemos como el desarrollo económico de un diario, puede ser considerado como influencia pública.**

**R:** Si un medio no tiene una solvencia económica, su influencia va reducirse, como es el caso de *La Jornada*, que tiene problemas económicos, un manejo no del todo transparente, conflictos con los trabajadores, gastos excesivos en algunas partes sobre todo con sus directivos y donde lamentablemente ha sido el Gobierno Federal, el que ha tenido que entrar a salvar al periódico, por lo cual genera un conflicto de interés y entonces eso hace que haya un proceso de simulación; por un lado, se supone que es muy crítico contra el gobierno, pero esto es muy poco.

**P: Hablemos como la globalización afecta el desarrollo económico de un diario.**

**R:** Si afecta sin duda, primero los diarios en México y en el mundo entero viven un proceso de automatización voraz, la llegada de las nuevas tecnologías, la ausencia y ruptura de la lectura por parte de los jóvenes, es digamos que leer un diario ya se volvió una práctica de gente mayor de 40 años, es desde mi punto de vista, creo que va ser cada vez más probable y cada vez más reiterado las versiones electrónicas de los medios y tener una pequeña porción muy reducida, donde se imprima el diario a petición del cliente, del comprador y se hace el diario y se lo dan, pero ya no como la venta al gran público, porque cada vez más la venta de los diarios y el papel pues son caras y tienen



un alto costo económico, y la mayoría de la gente prefiere informarse, bien a través de la televisión todavía y cada vez más de manera creciente de los medios digitales o contra digitales.

**P: ¿Cuál sería el sector del mercado donde se obtienen mayores beneficios económicos?**

**R:** Bueno en el caso mexicano, los beneficios económicos serían de la relación con los gobiernos de los estados y el gobierno federal, evidentemente ahí hay una relación, que al no existir una ley de publicidad en México, si bien; tenemos un precepto que se deriva del art 134 constitucional,<sup>445</sup> la verdad es que no se observa, y los diarios apelan en gran medida a los recursos públicos que se otorgan en función de las simpatías con las políticas, con las personas que ocupan un cargo público o titulares de alguna entidad o dependencia de alguno de los poderes: legislativo o ejecutivo. Eso pasa a nivel federal y también se reproduce en el ámbito local, con algunas excepciones; casos como *Noroeste* en Sinaloa,<sup>446</sup> no posee una mayor publicidad gubernamental, el cual ha sido muy crítico y se ha mantenido en esas circunstancias, en una opción independiente para informarse. En el caso de México, yo creo que el que tendría mayor independencia editorial, sería el diario *Reforma*, sin perder de vista por supuesto, que hay una agenda, una agenda de visión del país, una agenda pública que quiere impulsar, pero haciendo o apartando ese aspecto sustantivo de la información del diario, yo creo que tiene mayor independencia y solvencia que lo que es *La Jornada*, el cual ha sido un periódico que va mal, en condiciones económicas y difícil imaginar que pueda seguir así por mucho tiempo. Su economía se sostiene menos, se cree menos, el cual es uno de los elementos importantes de la credibilidad, y si es filial del gobierno, las versiones de los tejes envueltos directivos del diario más los trabajadores, gastos excesivos, sobre apoyos fuera o al margen de la normatividad, genera un dudoso futuro, para un diario que fue muy importante, que fue un diario muy significativo y que marcaba agenda hace 30 o 40 años, pero que hoy subsiste en una zona de confort, con notas que son de reivindicación social, pero que no sean contradictorias, o por lo menos no tanto con las políticas del gobierno del Presidente Enrique Peña Nieto. En una situación de

---

<sup>445</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 134. [www.funcionpublica.gob.mx/unaopsp/ comunes/art134.htm](http://www.funcionpublica.gob.mx/unaopsp/ comunes/art134.htm). Inf loc: 11/03/2018

<sup>446</sup> Diario del estado Sinaloa en el noroeste de México.

negociación muy endeble, por precisamente su falta de autonomía económica, yo creo que la independencia económica es el prerrequisito, para la independencia política, si no hay independencia económica no hay independencia política y eso es lo que está pasando en *La Jornada* y no es tanto el caso de *Reforma* que también está perdiendo electores, pero por el concepto evolutivo de la fuentes de información de las nuevas generaciones, efectivamente hay algunos que siguen leyendo los diarios, gente que se quiere informar, pero la tendencia es muy grave en los medios impresos, como podemos ver los celulares, las lap-top y las máquinas de escritorio, son para los de mi edad, pero para tu edad es el celular y si es en video mejor, tenemos también junto con lo que tu estas señalando una crisis de la cultura de la lectura, cada vez menos, hay que hacer libros más reducidos y buscar mecanismos nuevos, que también es un reto académico, de poder hacer estos textos, quizá hablados, quizá de otra manera, ir viendo eso poco a poco, es un tema para todos, para las editoriales, en general cada vez hay tirajes menores, hay menos libros vendidos, los libros clásicos se venden menos, la situación económica el país permite que se compre menos y entonces la alternativa son las nuevas tecnologías que son accesibles y tienes una gran variedad de información y no te cuesta lo mismo y prácticamente en muchos casos no te cuesta nada.

**P: ¿Cómo se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Creo que es un verdadero reto en este país, yo pongo de ejemplo el periódico *Noroeste* en Sinaloa, que es un diario que tengo la convicción, que vive en menor medida de sus ventas de publicidad, el apoyo empresarial, de su consejo de administración, no creo que tenga grandes utilidades, me parece un esfuerzo, precisamente de este grupo de empresarios, para dar una mirada distinta a los sinaloenses de la que pudiera dar *el Debate*, que también es un medio que tiene una gran solvencia económica, pero que también tiene ya una relación con la política y con el gobierno local, que también sin duda es el periodismo más vendido, pero no necesariamente el periodismo más creído, sino que yo creo que tiene mayor credibilidad es el *Noroeste*. Y así está también, esta revista *el rio-doce*, las que hacen el contra peso con las fortalezas y debilidades que pueda haber. En la ciudad de México, yo creo que también en el caso de *Reforma*, tiene una independencia económica, la situación del *Reforma* es muy distinta al de *La Jornada*, que negocia en una situación de debilidad presupuestal y económica, y que prácticamente tiene que acudir al gobierno para que

pueda subsistir, ese no es el caso del *Reforma* que tiene una gran publicidad privada, en donde la publicidad es la más importante en el sector empresarial; el que se va al *Reforma* no se va a *La Jornada*, es el nicho del mercado de sectores que dice eso y es por eso que ha ido haciendo esa independencia el *Reforma*, lo que ha permitido lograr esa credibilidad, sin descuidar claro algunos temas que son parte de la agenda del dueño. Pero al margen de eso creo que el *Reforma* tiene un gran reconociendo, tan es así que uno ve que el *Reforma* tiene más anuncios privados, que el que tiene *La Jornada*, si tú los compras al día de hoy, ves que empresas importantes tiene *La Jornada* y cuantas tiene el *Reforma* observarás que tiene mucho más y observarás también que *La Jornada* tiene pautas publicitarias del gobierno, en cantidades muchísimo más grandes que las que tiene porcentualmente el diario *Reforma*, que no tiene pautas publicitarias significativas de los recursos de la administración pública federal.

**P: ¿Económicamente la definición ideológica de una editorial, supone un crecimiento en las ventas de un periódico?**

**R:** Depende, si la definición editorial es compatible con el grupo o el nicho de electores a quien va dirigido, pues sí es una decisión, cuando alguien va a poner un negocio, en este caso una empresa informativa, pues tiene que ver cuál es el nicho que puede explotar, cual es el área de oportunidad que puede ofrecer y no ser un periódico generalista. Que ya hay demasiado diarios en México, con esa visión de que somos todo, yo creo que el ahora el mundo es de los diarios especializados, dirigidos a nichos específicos y que creo que lo que está pasando o lo que empieza a pasar, los dueños o empresarios o socios de una empresa informativa, quieren que sus ideas personales se conviertan o conviertan a la sociedad a lo que ellos perciben que deben de ser las cosas y el mundo, yo creo que no es tanto, si no al contrario, ellos van a buscar esa parte editorial o postura editorial, en función al público a quien van dirigidos. Es una estrategia de negocios, no es una cuestión ideológica *per se*, o que sea la ideología de los propios empresarios, la que quieren que la sociedad se sume a lo que ellos piensan, si no al contrario. Ellos deben de explotar cuales son los mercados a través de diversos estudios, encuestas, cualitativas, cuantitativos, etc. Para identificar por donde podría haber un medio, desgraciadamente en México de pronto esto no se hace y surgen muchos medios y desaparecen, porque lo que se busca en los hechos, es que está determinada persona, o porque una persona cree que tiene una gran idea y esa gran idea

se va transformar en una realidad y si no hay grandes premios como en toda empresa, como en todo producto, igual en los productos informativos pues va a pasar lo mismo que en una empresa (...) y eso es lo que estamos viendo en México, donde varios diarios o han cambiado en su postura o simplemente han desaparecido en su versión impresa y lo han hecho en su versión digital, ahorrando costos y teniendo ingresos probablemente menores, pero al final del día sin mayores preocupaciones económicas en lo que implica tener un periódico de papel y todo un personal, con los que hay que trabajar y pagar un sueldo determinado.

## **Núcleo temático 2: Estructura legal**

**P: ¿Cuáles eran las circunstancias legales en las cuales la Jornada y el Reforma inician sus actividades?**

**R:** En el caso de *La Jornada* fue una fórmula donde buscaron en momento un conjunto de accionistas, que fueran la sociedad, digamos que *La Jornada* fuera la expresión de lo que decía la sociedad y abrieron sus acciones a un alto número de personas, que no es usual en una empresa y optaron por supuesto algunos muy pocos la mayoría de las acciones. En el *Reforma* no, es una empresa tradicional desde el punto de vista jurídico, que tiene un consejo de administración donde tiene la mayoría de las acciones en una sola persona en Alejandro Junco de la Vega. Y quizá algunas mínimas, porque Alejandro debe de tener el control absoluto de la empresa, de manera complementaria habrá un porcentaje para familiares hermanos, hijos, etc. Es una empresa tradicional el que se entiende en su composición jurídica.

**P: ¿Cuál sería el marco legal que existe en México para la labor periodística?**

**R:** Desde el punto de vista de una empresa informativa, no ninguna hay excepción, las empresas informativas se rigen por las normas existentes del código civil: sociedad anónima, sociedad civil, sociedad de responsabilidad delimitada. Es decir, las figuras son lentas, no hay ningún caso diferenciado a las empresas informativas sobre cualquier empresa de otra índole y eso está claro en este país no hay ninguna fórmula como la pudo haber en España 1978, donde hubo una ley, que duro un tiempo para apoyar, precisamente una prensa democrática. Aquí no hay, no ha habido, no existe, ninguna ley en materia, repito de prensa informativa, desde el punto de vista real, en materia económica, como empresa informativa. Otra cosa son la parte de los derechos de los

periodistas, es un tema de libertad de expresión, es un tema que no tiene nada que ver con la parte que estamos hablando nosotros de las figuras jurídicas existentes en materia de empresas de las informativas, reitero no hay ningún trato privilegiado o discriminado a favor o en contra de las empresas informativas; simplemente tú y yo constituimos una empresa, somos sociedad anónima y si tenemos los recursos hacemos un periódico y eso lo puede hacer cualquiera, es decir, no necesitamos permisos ni nada para poder lo llevar a cabo, quizá hay un tipo de registro, para efectos, que si bien, ante el registro de comunicaciones impresas ante la Secretaría de Gobernación, para que en un periodo establezca que cumplimos con la ley, que no estamos haciendo apología al delito al terrorismo o la violencia o pornografía, es decir, hay un pequeño control ante la Secretaría de Gobernación que sería lo único que habría desde el punto de vista sobre la empresa informativa.

**P: ¿Considera que existe una ley que protege más al periodismo que al que ejerce el ejercicio profesional del mismo?**

**R:** Bueno en el periodismo como tal, no hay ninguna ley, hay diversas leyes, de acuerdos más que leyes, donde si se apoya al ejercicio periodístico, en la ciudad de México tenemos la ley del secreto profesional del periodista para el Distrito Federal (..), así se llama todavía, donde se protege las fuentes informativas, se protege el secreto profesional. Tenemos una ley de responsabilidad civil, para la protección del derecho al honor, a la vida privada y a la propia imagen para el Distrito Federal, que recoge las tendencias más importantes, de las prácticas internacionales consideradas modélicas, como la figura de la (...) efectiva, se introduce en ley y eso tiene un tratamiento muy clásico, en donde si se trata de un personaje público y es un tema de interés público, priva el derecho a saber, que el derecho a la vida privada o al honor del personaje público, está muy clara en esa ley, está muy bien delimitado, ha habido ahora una tesis jurisprudencial, en la corte, una resolución no ha causado jurisprudencia, sobre los límites de ejercer la reivindicación del derecho al honor a la vida privada y a proteger la propia imagen, que la ley lo establece en una cantidad aproximada de 25 mil, 26 mil pesos, eso la Suprema Corte ha impugnado ese artículo, ahora es el único caso, podría haber otros y ahí la asamblea legislativa tiene que ponerse las pilas, para que no incurramos en casos como en los Estados Unidos, donde se va a convertir esto finalmente en una afectación a la libre expresión donde se demande a un periodista por

más de 50 millones de pesos, que obviamente no los tiene, pero finalmente lo pone en una situación de indefensión, frente a una situación que en conciencia es de interés público y donde hay mecanismos que justifican que haya hecho determinado trabajo periodístico, el límite que tiene nuestra ley de responsabilidades civiles, que en ninguna caso las palabras injuriosas por sí mismo están tuteladas o protegidas por la constitución, el lenguaje, nuestro idioma es tan amplio que tenemos una gran cantidad de palabras para podernos expresar, como decía una amiga el problema no es decir perro sino la manera perra de decirlo, esto suena chusco, es una verdad, y esto está previsto como un límite muy claro para la libertad de expresión en cualquier caso no necesitamos utilizar un lenguaje soez o injuriosos por sí mismo para poder expresar nuestro punto de vista, ya sea como libertad de expresión o como libertad de tránsito.

**P: ¿En ese sentido el marco regulatorio sobre la libertad de expresión en México, tienen características democráticas como en los países occidentales?**

**R:** Si, normalmente si, normalmente tenemos nuestro artículo 6º y 7º y las diversas leyes que existen son las dos que te dije se reproducen a nivel federal. Se elimina la penalización o desaparece la figura de calumnia, difamación o injurias en el código penal y se van a la parte civil, esto sucede por lo menos en la ciudad de México y en el ámbito federal, no en todos los estados de la república, cada estado tiene sus propias normativas, por lo menos en la capital sí. Y se retoma en materia de protección de los derechos de las personalidades y la libertad de expresión, yo creo que se tiene los mejores estándares internacionales, de tal forma puedo decir que sí, que si lo hay para el ejercicio periodístico, hay también no leyes, pero si acuerdos de protección de registro de periodistas por los problemas que ha habido en materia de ejercer el periodismo para dar a conocer cosas, que algunos personajes no quieren que se den a conocer y esto ha tenido como resultado la violación de la vida o la afectación de la integridad en muchos periodistas por factores bien gubernamentales o del crimen organizado, pero evidentemente la obligación del Estado es garantizar que esto no suceda, esa obligación del Estado no se cumple, se han creado acuerdos de protocolos de seguridad, en el caso mexicano eso una simulación, no se cumple, se creado una fiscalía de atención especializada de delitos a periodistas en el ámbito federal, en el ámbito local y en algunos estados, pero tampoco han cumplido y eso es lo grave del caso, no han logrado consignar a ninguna persona, a pesar de tener varios años y gastado cientos de millones

de pesos, pero no hay un solo probable responsable detenido, sentenciado no hay ningún esto significa que estos cuerpos son efectivamente, de cara a la opinión pública internacional y a la nacional, para generar un sentido de seguridad psicológica, pero no de seguridad real, si no hay, esto se creó en el último año de Fox; estamos hablando ya de seis, casi 12 años, y no hay un solo detenido, un solo consignado, pues esto es gravísimo, en el ámbito federal no ha habido uno solo, que es lo que hace o ha hecho la fiscalía, pues hacen estudios que lo reproducen los que hacen las ONG, hacen los recuentos, informes, lo que no debe de hacer una fiscalía, esto lo debe de hacer una ONG o un centro de estudios y esos recursos destinarlos directamente a las ONG verdaderamente independientes, estamos hablando de bastante dinero, que mantener a un elefante blanco, que ha demostrado por 12 años que su utilidad, si lo vemos de punto de vista económico, lo que cuesta y lo que se gana, es una pérdida total. Cuesta más allá de 30, 40 millones de pesos y no se obtiene absolutamente nada, es un negocio de locos. Si lo trasladamos en el asunto que nos ocupa, es como si yo lo invirtiera 500 millones de pesos en un diario y tuviera como ganancia 20 millones de pesos al año, no solo no gano nada, sino que dejo de ganar 20 pesos de 500 que me quito, es un negocio definitivamente deficitario y eso es lo único que se traduce en caso de estas estadías.

**P: ¿El marco regulatorio que tenemos sobre los medios de comunicación que tenemos en México, afecta directamente al ejercicio profesional del periodista?**

**R:** Bueno yo creo que no es que lo afecte, pero si, no le da todavía muchas de las garantías que se dan en otros países, el acaso emblemático, digamos en la clausula de conciencia...

**P: ¿Afecta más al periodismo escrito este marco regulatorio?**

**R:** No necesariamente, al periodismo que se hace en radio o televisión que es igual, donde no hay figuras en México, como lo que es la clausula de conciencia que se establece en diversos medios europeos, que permite dos cosas: por un lado si la Jornada cambia su línea editorial, habría en otro país, Francia por ejemplo, el derecho del periodista a solicitar su remoción y seria tratada como si fuera un despido injustificado, es decir, con la mayor cantidad económica posible, esto en México no existe. Tampoco lo hay, los mecanismos de seguridad interna, para, por razones de conciencia, yo soy una persona que estoy a favor de la defensa de los animales y me mandan a cubrir la

fuerza taurina, pues definitivamente ahí hay un conflicto de interés, pues en ese sentido se ejerce a clausula de conciencia en las sociedades más desarrolladas, algo que en México no existe, existe en algunas disposiciones prácticamente en la ley que crea NOTIMEX (la agencia de noticias del estado mexicano), pero sin mucho desarrollo de lo que sucede, también tenemos dos problemas uno que no existe jurídicamente la figura y otro donde existe no aplica; por la cultura finalmente del mexicano, la ausencia de un Estado de derecho, por lo menos en desarrollo en México, en México no hay un estado de derecho pleno, tampoco un estado de derecho en desarrollo, hay pequeñas islas, donde se observa el derecho, en un mar donde el derecho es simplemente una guía referencial, pero no una aplicación puntual de la norma.

**P: ¿La influencia ideológica de los modelos económicos, influyó en las directrices legales en los medios de comunicación escrita?**

**R:** No, yo creo que no, yo creo que lo que se ha hecho, se ha optado, no ha habido cambios, de tal suerte que esa influencia, no se traducido, no se ha transformado en norma jurídica, porque en el régimen legal, en materia de creación y de operación de medios impresos, sigue siendo el mismo desde hace muchos años, por la figura que ya te comente, son las mismas que existen, no ha habido ningún cambio en ese sentido.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

**P: ¿Como considera la ética profesional del periodista en México?**

**R:** La ética profesional, es un anhelo, un reto, existe en la medida de que es posible, digamos que es una guía referenciada, obviamente si hay problemas de ética periodística, por desconocimiento, por una falta de formación de los propios periodistas, por falta de ingresos de los propios periodistas que incurren en actitudes -Chayoteros-, algunos columnistas también, en los recursos económicos de las fuentes que viene a ser un complemento mayúsculo a sus sueldos que son reducidos, y entonces mientras no haya una ley que establezca salarios dignos para ejercer el periodismo, pues la ética o cumplir con la ética idealmente, pues va ser difícil, se podrán cumplir aquellas porciones de la ética que no entre en conflicto con los ingresos o posibilidad de ingresos económicos de los periodistas, pero tenemos mucho que hacer, tenemos un avance por lo menos doctrinal en ese sentido, un avance académico, pero no un avance en la práctica diaria, con algunas excepciones por supuesto, no quiere decir que sea una



tendencia general, es decir que en todos y cada uno de los casos suceda esto, pero si como tendencia si se da.

**P: ¿Cómo se percibe al periodista con respecto a otras profesiones en México?**

**R:** Yo creo que el periodista no tiene la mejor imagen, pero tampoco la peor, yo creo que está en el justo medio, no tiene la imagen de lo que podría ser la policía, los cuerpos policiacos o los políticos, pues están con una imagen muy desacreditados, ni tampoco lo imagen negativa de violencia de forma internacional, que está muy acreditada, entonces estamos en caso de periodistas con un porcentaje de menor acreditación sin llegar en los niveles de excelencia que podrían existir y que hay varias encuestas de opinión que puedan dar cuenta de lo que estoy diciendo.

**P: ¿Existe una proporcionalidad profesional del periodista con respecto a su nivel educativo en México?**

**R:** Si, por supuesto, yo creo que ahora en México poco a poco empieza a ver más periodistas surgidos de las universidades, se ha emitido el acuerdo 286, por la Secretaría de educación pública, en cual se traslada los conocimientos empíricos de un periodista más un examen genérico, para obtener la cedula profesional y el título de licenciado en periodismo que es un mecanismo para los periodistas que no tenían, una buena parte una educación universitaria, obtuvieron un reconocimiento de su trabajo empírico en créditos académicos tan altos, que se obtienen y se han utilizado esa figura en el artículo 286, para reconocerles su conocimientos y expedirles su título y su cedula profesional respectiva.

**P: ¿Considera que debería de haber una regulación sobre la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** No, porque la ética periodista es ajena al derecho, son dos componentes distintos, el derecho es coercitivo, es obligatorio, es creado por un órgano distinto, en este caso el Congreso, sus normas son obligatorias y en el caso de la ética no es coercitivo surge en el espacio de los periodistas, con el propósito de regular el la mayor calidad periodística, en cambio la ley lo que busca es regular los mínimos para la convivencia pacífica y ordenar a la sociedad, de manera que si creamos una regulación, debo decir que no exista en otros países, lo que llamamos autorregulación regulada, se da más que en la prensa escrita, que no privada, se da más bien en los servicios de telecomunicaciones de

portales de servidores de internet como en Alemania, en esos países, pero para el caso que nos ocupa, que es la prensa escrita, creo que no, se debe de mantener así, reconozco que hay esfuerzos de crear este tipo de fórmulas en otros países, pero me parece que se debe de mantener esa libertad y en caso de no observarse la ética y de incurrir en un ilícito que establezca la ley, pues utilizar los recursos que convenga al derecho de un eventual presunto afectado por una nota periodística o un artículo periodístico.

**P: ¿Qué niveles de autonomía profesional en el ejercicio periodístico existen en México?**

**R:** Muy pocos, yo creo que la mayor parte de la gente es empleada, cumple una nota cumple ordenes de trabajo, cubre algo que se le encarga, pero que tenga la autonomía para poder decidir qué investigación quiere llevar a cabo, el tiempo que va a durar, bueno son excepciones de lo que llamamos periodismo de investigación, que tiene son muy pocos, en el ámbito impreso presentaría únicamente dos; que sería el *Reforma* y la revista *Proceso* y quizá en menor medida *el Universal*, todos los demás tienen que cumplir con su nota diaria y entregar su trabajo y si les queda tiempo intenta hacer de periodismo de investigación, pero no dedicados desde el punto de vista de la empresa, te damos seis meses de tiempo para la investigación que nos propusiste y aquí tienes todo el apoyo del periódico, eso no es, es el día a día tener que entregar un número determinado de notas.

**P: ¿La ética profesional del periodismo en México tiene principios liberales del capitalismo?**

**R:** Yo creo que reproduce los principios democráticos que se establecen en los códigos de ética de los países desarrollados, sin duda, no puedo decir si es capitalismo o no, porque creo que ética más allá del capitalismo o no, pues más bien lo que se busca es una ética de procedimientos, no es una ética de otro tipo y es lo que me parece como se debe de entenderse como una ética, los procedimientos las formas de actuación que están establecidos en los diversos códigos de éticas en el mundo entero, en Alemania, Francia.

**P: ¿En ese sentido, nuestra ética profesional en México, está más orientada más a su ejercicio real que a las filias partidista?**

**R:** Si claro en los códigos por lo menos que se que se reconocen formalmente abrevan en buena medida de los estándares internacionales de los códigos de éticas más desarrollados y repito son como guías referencias, pero no se observan de manera puntual.

**P: ¿Sigue siendo la actividad periodística una actividad de servicio público a la sociedad?**

**R:** Debería de ser, no lo es en muchos casos, al contrario, yo creo en no pocos casos lo que se busca manipular el derecho a saber, precisamente a cambio de ciertos beneficios económicos de parte de los gobiernos de los partidos políticos, del crimen organizado, de lo que se debe de decir, o se dicen cosas de una manera que no está sustentada, buscando no garantizando el derecho a saber, sino manipulando el derecho a saber que la mayor parte de los medios de comunicación tanto escritos como electrónicos y hay una minoría que no incurren en eso, pero la gran mayoría sí.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo Político**

**P: ¿Como considera que ha sido la historia de México desde la prensa, con respecto al sistema político?**

**R:** Muy vinculada, yo creo que desde el siglo XIX, la prensa ha estado vinculada al gobierno, ha habido partidas destinadas al pago tanto a los medios periodísticos como a los propios periodistas, cada vez se ha ido sofisticando esta forma para no hacerlo tan burdo y visible, pero sigue existiendo, sigue estando ahí, yo creo que mientras no tengamos una ley de protección oficial y mientras no haya un régimen de pesos y contra esos que no existe en México, para obtener dinero destinados a otros propósitos y asignarlos a medios de comunicación, seguiremos teniendo lo mismo.

**P: ¿Es incompatible la objetividad de un periodista con las filias ideológicas partidistas?**

**R:** Si, por supuesto, yo creo que la objetividad te lo da más en el sentido español de veracidad, yo creo que tendría que ser lo que debe primar la constitución del artículo 20, de la Constitución Española lo que protege precisamente o tutela es la veracidad

informativa. Y evidentemente a estar a favor de un partido, pues ya se hace un periodismo militante, que puede impactar negativamente en la veracidad informativa por razones meta-periodísticas, como por su afinidad o falta de afinidad, fobia o filofobia con algún partido político.

**P: Hablemos ahora de la imagen del periodista como figura política. ¿Existe en México un periodismo de información politizada?**

**R:** Existe un periodismo de opinión que evidentemente hay de todo, hay una buena parte del periodismo de opinión, del que tiene vínculos con el propio gobierno o intereses también privados, y en donde hay en no pocas ocasiones un incentivo no periodístico, para ejercer el periodismo de opinión si no que busca ser adecuado, para los financiadores de esos personajes, que se dedican al periodismo de opinión, yo creo que estamos hablando de una buena parte del país de este tipo esos personajes, hay por supuesto una parte más reducida, que no acepta este tipo de mecanismos o incentivos o de tratos y privilegia más bien su punto de vista de temas que considera que son parte de la agenda pública, temas de interés públicos y aportando datos veraces y opiniones legítimas o justas o por lo menos reales o que no tienen un trasfondo de naturaleza política de ningún tipo.

**P: Tenemos una pluralidad informativa en el ejercicio periodístico en México.**

**R:** Bueno, no propiamente una pluralidad informativa, porque la mayor parte de los medios al tener una relación con el gobierno y con algunos grupos del crimen organizado, están dependiendo de ellos y hay temas que se pueden tocar, temas que no se pueden tocar, pero si hay una parte de un núcleo duro mínimo reducido, que hacen periodismo, digamos periodismo de investigación con mayor libertad y que hacen que no sea solamente un periodismo uniforme en México, sino que haya espacios para la crítica y eso en mayor medida justificaría que exista un pluralismo informativo, reducido acotado, pero es lo que existe y se ha permitido o no se ha llegado todavía a casos que se tenga que aniquilar es forma de realizar periodismo o generar desincentivos para no hacerlo.

## **Núcleo temático 5.- Institucionalidad política**

**P: ¿Considera que un diario es la representación política de una sociedad?**

**R:** Bueno un diario es una empresa, un diario es una empresa económica, es un negocio, que se necesita vender y lucrar, vender noticias, vender información que se supone es de interés público, no necesariamente lo es, pero eso es lo que existe, es un negocio, donde uno o varias se ponen de acuerdo y es un negocio igual que si pusiéramos un restaurante, que si pusiéramos algo, en su conformación económica y en su razonamiento de comportamiento, que sea una representación de la sociedad me parece en estos momentos, ciertamente utópico, salvo excepciones también, me refiero como se entiende todo esto, hay excepciones donde se busca hacer un periodismo crítico, un periodismo que dé a conocer a la sociedad elementos informativos que no lo dan otros medios, si lo existe, pero eso repito es la excepción a la regla.

**P: ¿Nuestro periodismo tiene pilares o características del periodismo liberal americano estadounidense?**

**R:** No tanto, porque nuestro periodismo o empresas informativas, se basan en una ausencia de ética, en una empresa con muchas ligas con el gobierno, los Estados Unidos es una empresa económica con un periódico no depende de la publicidad oficial, los criterios de pauta publicidad oficial se dan en función de estudios de naturaleza de un público objetivo cualitativo y cuantitativo, donde se valoriza si se otorga publicidad, pero los grandes medios norteamericanos no viven, o no están a expensas de una relación de contubernio de una corrupción con el gobierno, por lo tanto tenemos una relación diferente, allá son empresas donde compiten con el mercado de la información el mercado de la ideas y aquí son empresas que compiten por tener una mayor ventaja económica por parte de las fuerzas informativas.

**P: ¿Considera que el periodismo debe de ser el guardián moral de los medios de comunicación?**

**R:** Se supone que si, ese es el ideal, que sea un contrapeso al ejercicio público y que sirva el escrutinio público, del ejercicio del poder.

**P: ¿Seguimos siendo el cuarto poder, podemos considerar todavía que el periodismo es el cuarto poder?**

**R:** No, yo creo que de alguna medida seguimos siendo menos que antes, seguimos siendo una gran influencia, pero una gran influencia que no necesariamente haga un contrapeso, que sirve o se sirve mutuamente con el poder para posicionar mensajes, que no necesariamente son información veraz, no necesariamente son de interés público y lo buscan ponerlo en la agenda, por la mayor parte de ellos, por razones, repito de un interés económico con partidos y gobierno que tienen organizados y empresa privadas también grandes.

**P: ¿Qué opinión tiene del empoderamiento y concentración de las empresas mediáticas a nivel nacional?**

**R:** En el caso del periodístico no hay eso, no existe, si lo hay a nivel radiofónico, a nivel las televisoras, a nivel de las telecomunicaciones hay una gran concentración, pero no en medios escritos, ahí si hay, yo creo una gran diversidad de medios, con sus propios propósitos pero no hay una concentración, una gran empresa que se pueda considerar que tenga un gran poder.

**P: ¿El Grupo Reforma no se puede considerar?**

**R:** Bueno el Grupo Reforma tiene muy pocos diarios y no abarca toda la influencia nacional y solo tiene en la ciudad México, en la ciudad de Guadalajara y Monterrey.

**P: ¿O los Soles?**

**R:** *Los Soles* fue en los años 70, 80 pero hoy, muchos de esos *Soles* han desaparecido, ya los que existen, existen en una circunstancia, como el caso de Sinaloa por ejemplo, *el Sol* ya desapareció me parece el de Mazatlán, el de Culiacán sigue pero con una postura diría muy débil, ya no es lo que fue en otra época, entonces no se da, y hay periódicos que junto con el *Reforma* tendrías de contrapeso al *Universal*, tendrías... en cada plaza, también hay diversos periódicos y no hay una sola, que tu digas hay una cadena nacional de diarios en todo el país y que pertenezca y que este en los dos primeros puntos de influencia no hay.

## **Núcleo temático 6.- Instrumental político**

**P: ¿Cómo define la relación del periodismo en México en las tres últimas décadas con el Estado?**

**R:** Fue una relación de apoyo mutuo, de recepción a través de la publicidad o de otros apoyos meta-periodísticos pero de interés para los dueños, creo que eso es lo que sucede en la mayor parte de los casos y no ha habido cambios, se ha mantenido exactamente igual a pesar de la alternancia con Vicente Fox, creo que es una fallida alternancia, pero tampoco paso nada en este modus operandi de la mayor parte de las prácticas informativas, no de todas pero de la mayor parte.

**P: ¿La prensa criticó, apoyo el modelo económico neoliberal instaurado en los 90?**

**R:** La prensa no tiene autonomía de poder formular de sus propias posturas económicas, porque están subordinadas al interés del gobierno, el caso que si hay una postura, pues es una postura inducida o tolerada por el gobierno en la mayor parte de los medios.

**P: ¿Ante el TLC hubo alguna postura de la prensa?**

**R:** La postura que quiso en el TLC, justamente estamos hablando fue en la época de Salinas donde menos libertad de expresión, por lo que se refiere a ingresos económicos que no fuera del gobierno existiera, yo creo que hubo un periódico en aquella época que fue la excepción, del sistema económico, que fue *el Financiero* en aquella época, ya *el financiero* de ahora es otra cosa, pero la mayor parte seguían el guion oficial del gobierno mexicano.

**P: ¿Usted considera que se le puede responsabilizar a la prensa como institución de opinión pública a la sociedad sobre las consecuencias de las políticas económicas implantadas?**

**R:** No tampoco responsabilizar, pero si tiene una parte de culpa en no ejercer un escrutinio, pero esa falta de escrutinio, es porque no tiene independencia económica la mayor parte o casi todos, pues tampoco tienen independencia política y finalmente se convierten en parte del problema y no en parte de la solución, salvo en los espacios editoriales que finalmente justifican que no sea todo a favor de lo que señala el gobierno, pero esto repito, tiene una influencia menor o de intento de formar opinión pública o la casi totalidad de los medios impresos tanto en la ciudad de México se

supone que hay mayor libertad que en la República como algunas excepciones como impacto en Sonora o en Sinaloa o el Semanario *ZETA* en Tijuana, pero son excepciones a la regla.

**P: ¿Cuál debería de ser el papel del Estado en un sistema mediático capitalista?**

**R:** Primero, generar una ley de transparencia de guía publicitaria para que regulen los recursos, que no exista ya la lógica de no pago para que me peguen, o te pago para que hablen bien de mí, que es lo que ha sucedido. Yo creo que eso tenemos que cambiar y eso va permitir que efectivamente los medios de comunicación puedan tener mayor libertad en la mayor posibilidad de lo posible y la reciban por mandato de ley, lo cual va a permitir tener una dependencia económica que necesitan para tener una independencia política; por supuesto habrá muchos que se queden en una zona de confort igual, pero habrá otros que si puedan aprovechar esta circunstancia y asistamos eventualmente en los que tú habías preguntado antes, a un pluralismo informativo. Pero no se ha hecho todavía esta ley, ya hay un mandato de la Suprema Corte al Congreso para que se elabore, sin embargo; en este país, como no se cumple el Estado de Derecho, la Corte no tendría mecanismos de coerción para obligar al Congreso a hacerlo, en esos casos, como en países como en los Estados Unidos que se hacen con una ética pública, aquí en México no hay una ética pública por parte de los líderes o de quienes dirigen el Régimen Político Mexicano, no tienen absolutamente nada que ver con la ley ni con la ética pública y entonces, pues si no están obligados por la ley y no la reconocen incluso la ley, pues también es un problema finalmente de los ciudadanos, de los mexicanos, que permitimos y toleramos que las cosas sigan así, es un problema de todos, en donde todos formamos parte de ese problema, con las excepciones del caso siempre, pero como tendencia general me parece que va ser muy difícil que haya un cambio, si no hay un cambio previamente en la sociedad para exigir rendición de cuentas, para exigir cambios, para exigir que el gobierno se ajuste a la ley, para exigir que los medios sean veraces, mientras no haya una cultura de la exigencia, no va haber, o difícilmente va a venir alguien que nos resuelvan los problemas, lo que no hagamos como sociedad nadie lo va hacer, esto nos debe de quedar claro o por lo menos a mí me queda claro, que si no cambia la sociedad y no se defiende ella misma y no lucha por sí misma y por sus propios intereses nadie va venir a resolverlos por ella



## Entrevista 12.-<sup>447</sup>

### Núcleo temático 1.- Desarrollo económico de los medios impresos

**P: ¿Cuánto cuesta iniciar un proyecto periodístico en México, beneficios a corto, mediano y largo plazo?**

**R:** Es muy costoso, si hablamos de un periódico como *Reforma*, un periódico como *La Jornada*, periódicos de buen tamaño, es muy costoso; inicialmente en el tema impreso las rotativas, aunque se han abaratado en sus costos siguen siendo un producto muy caro. El abastecimiento de papel y las mesas de redacción que llevan ahora mucha tecnología, es un proyecto caro, la verdad la cifra no me atrevería a decirla, dependerá muchísimo de que rotativa compres, que sistema utilices para tus redacciones y tú área de diseño, conlleva muchísimo millones, incluso me atrevería a decir que millones de dólares.

**P: ¿Hablemos del periodo que mayor beneficio económico ha habido para el periodismo en México?**

**R:** Yo creo que durante el año 98 al 2012, fue el de mayor auge, hubo para el mundo periodismo, donde muchos medios crecieron, se fortalecieron, empezó a bajar la compra de medios impresos a partir del 2005, pero fue muy gradual; donde si se nota un cambio terriblemente drástico fue el 2012, a partir de ese año la gente ya compraba menos periódicos y empezaban a perder credibilidad los periódicos, dentro del sistema periodístico. Porque el gobierno empezó a influir muchísimo en la parte editorial de los medios, esto afectó mucho, los periódicos se veían totalmente alineados al gobierno y los que no estaban alineados con el gobierno, iban cayendo con la misma caída natural que caen los medios impresos; los que se fortalecieron lo hicieron en sus aéreas digitales, aunque mantienen sus aéreas impresas para hacer una promoción directa entre los electores, pero su fuerza está en el 10% en la parte impresa y el 90% está en la parte digital.

---

<sup>447</sup> Carlos Chávez de Icaza. Consultor de medios de comunicación Independiente. Edad: 59. Lugar de estudio: UNAM. Director General *de biz new, business communication* Años de trabajo: 30. Situación actual laboral: Dueño de central de medios agencia de relaciones públicas y consultor de medios, nacionales e internacionales. 11/02/2018.

**P: ¿Hablemos de la rentabilidad de los diarios mexicanos en la Bolsa de Valores Mexicana?**

**R:** Hubieran alcanzado, ahora no habría ningún loco que invirtiera ningún peso en un medio impreso en acciones, no hay ninguno y no alcanzaron, uno de los mejores negocios en diarios que hay en este país es el *Reforma* y no está ahí y todos los demás no son negocio; se mantienen, sobreviven, la familia la lleva bien, pero como empresa negocio, el único diario que yo creo lo ha hecho ese esfuerzo real (*Reforma*), podemos hablar del *diario de Yucatán*, de los *Imparciales* de Hermosillo, *El siglo* de Torreón, son los diarios más sólidos y de mayor antigüedad en este país nunca llegaron a la bolsa y ahora menos.

**P: ¿Hablemos si económicamente se puede desarrollar un periodismo sin seguir los lineamientos ideológicos?**

**R:** Yo creo que los medios deben de tener su ideología, no son necesariamente sin ideología, el *Reforma* tiene muy marcada su agenda, pero ha sido muy fiel a ella, no la pierde por apoyo a publicidad gubernamental; ha mantenido como lo hace el *Washington Post*, como lo es el *New York Times*, que abiertamente apoyan a un partido o a otro, o un candidato o a otro, a una forma de gobierno o a otro. Eso debe de existir, los medios son así en todo el mundo, salvo en México todos se creen apolíticos y apartidistas que es totalmente falso, la realidad es que todos tienen una línea editorial que persiguen y tu no vas poder creer hoy que diarios como el *Universal* o *La Jornada* no tienen una línea editorial dirigida hacia un planteamiento de izquierda o de derecha, eso es evidente; eso se tiene que ser muy claro, medios como *La Jornada* y el *Reforma* se han mantenido cada quien muy claros en su ideología, tienen sus candidatos, tienen sus teorías de beneficio para el país y han apoyado en eso, hasta la muerte.

**P: ¿Hay un distanciamiento de los medios impresos al modelo neoliberal?**

**R:** El modelo neoliberal ha entrado en un problema, en el lapso donde está planteado el modelo neoliberal, ha habido empresas que han estado alineadas y otras que no han estado alineadas; periódicos como *La Jornada* han criticado ampliamente el modelo neoliberal, periódicos como *Reforma* han apoyado el modelo neoliberal, sus plataformas y sus ideales están alineadas con ese concepto. El modelo neoliberal apoya el mercado, el que está en contra del modelo apoya la salud de las masas económicamente y una

cosa no va con la otra, si las masas no tienen para comer, pues al modelo neoliberal le da exactamente lo mismo; si se genera mayor riqueza, habrá riqueza para todos y en el otro es debemos de generar riqueza para todos. Yo creo que el modelo ha afectado y alineado estructuras, los gobiernos que han apoyado ampliamente el modelo neoliberal, se han rodeado de medios que dan soporte a esa ideología, lamentablemente mantener una ideología a favor o en contra, depende mucho de tú capacidad económica.

**P: ¿En ese sentido la prensa en México se determina su éxito por las ventas o por la opinión que tiene su editorial?**

**R:** No, realmente ellos deberían vender periódicos por su contenido editorial, pero hay empresas que vender periódico no es su ideal, sino generar suficiente dinero para esas nóminas y una cosa va peleada con la otra; te pongo el ejemplo del periódico *Reforma*, *Reforma* no tiene arriba del 7% de publicidad oficial nunca por política interna, viven al menos 93 % de venta hacia afuera, dependiendo de su línea editorial, es un periódico que se respeta así mismo, unos a favor otros en contra pero ellos están perfectamente están en su línea editorial. Hay periódicos como *La Jornada* que sufren para vivir, porque no venden periódico hacia afuera, lo que venden no es suficiente, de la venta de periódico ya no viven y tienen que admitir publicidad oficial muy a su dolor y a su pesar, porque es eso o cierran; el empresariado pues no está muy a favor del perfil editorial del periódico, entonces tampoco veras muchas marcas de coches, bancos o empresas de servicios que estén anunciadas en páginas como esas.

**P: ¿Hablemos como la globalización ha afectado el desarrollo económico de los diarios en México?**

**R:** Yo creo que la globalización lejos de afectarlos los ha beneficiado, porque a la llegada de mayores empresas porque la globalización existe, requieren hacer publicidad dentro de las páginas de los diarios y dentro de sus portales web, el problema de los diarios es que viven en un mundo, en donde el modelo de negocio cambio y pocos se han dado cuenta de ello; tú hacías antes un periodismo en papel, donde producirlo costaba 10 pesos y venderlo en \$100, en el tema digital producirlo cuesta 15... Tal vez, es un poco más caro, como te lo menciono, porque hay que tener más tecnología, pero el internet te ha abaratado los costos para promocionarse, los periódicos están viviendo una debacle, porque los que no se han adaptado al modelo digital y han intentado de

alguna manera cuidar su área digital, en lugar de regalar su *print*; los periódicos normales, tradicionales, tú que usas el *print* te regalan el web, los periódicos que piensan te cobran web y te cobran *print* y hay muy pocos en el mercado que hacen ese trabajo.

**P: ¿Hablemos si se puede hacer un periodismo en México sin el proteccionismo gubernamental?**

**R:** Por supuesto, claro y yo creo que hay periódicos que lo muestran, por no seguir mencionando *Reforma* específicamente, lo que hace *Noroeste* en Sinaloa, que tiene cero apoyo gubernamental, lo que hacen periódicos como *el Siglo* de Torreón o periódicos como *el diario* de Yucatán, periódicos que antes que nada están su periodismo y su elector; no son muchos periódicos en este país que cuidan esta parte, muchos viven básicamente de apoyos y el proteccionismo gubernamental y se convierten en voceros de la voz oficial.

## **Núcleo temático 2.- Estructura legal del periodismo**

**P: ¿Cómo es la estructura legal que rodea al ejercicio del periodismo en México?**

**R:** México es un país de muchas leyes pero pocas leyes se respetan al 100%, el periodista hoy está haciendo atacado incluso para arriesgar sus fuentes, a través de nuevas leyes que les afectan a su ejercicio, están pidiendo derechos de replicas para aquellos que están siendo mencionados; esto más que un derecho es para amedrentar al periodista en su ejercicio, yo creo que la parte legal nos ha tocado vivir junto a muchos periodistas su defensa por lo que se escribe, por lo que se opina, estar siendo atacados y rodeados por muchas leyes que son subjetivas en su aplicación, en el juez que te toque, depende que tan cerca estés de ese juez, es como si te toca o no te toca y te defienda lo suficiente; yo he trabajado con despachos que han defendido a periodistas de la talla de Sergio Aguayo, donde ha sido atacado por un ex gobernador y no hablemos del narco, donde los atacan y no hay manera de defenderlos, porque no sabes quién pago esa fuerza para que no te cuiden lo suficiente.

**P: ¿Considera que la ley que existe sobre prensa protege más al periodismo como empresa que al que ejerce su ejercicio profesional?**

**R:** Yo creo que las leyes existen para protegerlos, la cuestión es cómo se aplica y con qué fortaleza se aplica, los grandes corporativos de medios son muy poderosos, porque siempre están muy ligados al poder, el periodista no; aunque existen leyes que protegen al periodista, no es la misma manera con la que se que protege al dueño del medio. En México hay muchas leyes que protege, que cuidan, el problema es quien las aplica o como las aplican.

**P: ¿Hablemos sobre si en México el marco regulatorio sobre la libertad de expresión posee características democráticas como en los países occidentales?**

**R:** He asistido a varias convenciones de la ACIP Asociación interamericana de Prensa, donde hay un capítulo donde los periodistas hablan sobre los problemas de ejercer su tarea, el tema de libertad de expresión; ahí te das cuenta, aquí el tema tiene que ver con todo lo que está fuera de la ley hablar de la ley es muy complicado, existen, o no se aplican, no se respetan o se soslayan, vives en una indefensión absoluta en el ejercicio de tu tarea.

**P: ¿Hablemos como se percibe la libertad de expresión en la prensa en México?**

**R:** Hay mucha autocensura en los grandes corporativos mediáticos, que hacen en cascada hacia sus redacciones, son autocensuras propias de los intereses de cada grupo mediático, yo creo que todos te van a decir que pueden ejercer su libertad de prensa de acuerdo a lo que permite o conviene hacer; ¿Existe?, Sí existe, ¿Quien la ejerce? Los que tienen más valor, lo que están protegidos, lo que ya su ejercicio los protege de por sí; es difícil que haya otro Buendía, porque aparte no ayuda, pero el reportero de calle se las ve negras en ese sentido.

**P: ¿Considera que el modelo económico neoliberal, influye en este tipo de directrices legales, la parte legal está supeditada a este modelo?**

**R:** Yo te diría que no es el modelo económico, sino la corrupción que con lleva, el modelo económico no tiene que ser corrupto per se, es un modelo económico que genera riqueza en base a lo que el mercado solicita y compra; yo no veo en ese modelo que afecte el ejercicio periodístico, el problema es que el poder corrompe, el poder

económico corrompe, el poder económico ayuda a que tenga la capacidad de limitar el ejercicio de la libertad de expresión o muchas otras cosas. Lo que sí genera es la corrupción y como se usa el dinero que se obtiene del modelo neoliberal a discreción, lo que genera todas estas agresiones.

### **Núcleo temático 3.- Ética profesional**

#### **P: ¿Cómo percibe la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** Hay periodista muy éticos y periodistas que no lo son tanto. En general el gremio ha sido muy vapuleado, muy atacado, por muchos años de “chayote”, mucha gente les ha dado dinero a muchos reporteros; conozco muy buenos amigos periodistas, súper éticos, que se ven afectados por ese gremio, es la menor parte pero existe y a veces esos son los más socorridos para escribir o cubrir algunos temas, porque son los que son los más fáciles de acceder a esa circunstancias.

#### **P: ¿Cómo se percibe al periodista en México con respecto a otras profesiones?**

**R:** Yo te diría, que el periodismo es una profesión que a veces es tan atacada como los policías, como los políticos, porque no es lo mismo un periodista que cubre la nota roja a uno que cubre negocios; son dos mundos completamente diferente, por este lado no corres muchos riesgos o no corres riesgos realmente, incluso hay gente que quieren que escribas sobre ellos y por el otro, al otro periodista que hace su chamba, que no le quieren dar información, que no cubras nada de lo que se dice y si hablas de eso te pueden matar. La verdad es que hay muchos mundos para periodistas, cubrir negocios, cubrir sociales, es una profesión tan mona como es ser abogado, arquitecto o decorador; pero por el otro lado eres un “Rambo”, eres un tipo que arriesga la vida por comunicar cosas que ni si quiera quieren que salga a la luz.

#### **P: ¿Hablemos sobre la congruencia en el nivel educativo en el periodismo y su objetividad profesional en México?**

**R:** El periodista per se, es una persona culta, estudia, lee, está informándose todo el tiempo, es una persona que trae mucha información; yo creo que la manera que el modelo profesional se ha dado para la contratación de los periodistas, parecen *Freelance* en todos lados, por cualquier cosa estás o no estás dentro de un medio, ahora puedes tener un portal propio, pero la difusión tampoco es tan sencilla, vives para poder

estar en un medio y comunicar. Yo creo que no está bien percibida la labor del periodista, porque no está ese soporte empresarial que lo proteja.

**P: ¿Hablemos sobre una regulación de la ética profesional del periodismo en México?**

**R:** Yo creo que está sobre regulada la ética, hay leyes que demarcan líneas estrictas de códigos de ética dentro los mismos medios y por fuera la misma ley, si escribes de alguien tiene derecho de réplica, si lo difamas te demandan, qué más podemos regular sobre la ética del periodista; lo que no esté dicho ya se hizo, ¿Qué vas a poner no puedes recibir dinero? Eso ya existe, desde mi punto de vista creo que ya está sobre regulada el actuar del periodismo.

**P: ¿Hablemos si existe una autonomía profesional del periodista en México?**

**R:** Tanto como lo permita tu bolsillo y el medio dónde estás, si afectas los intereses del medio donde escribes, seguramente estarás fuera del medio.

**P: ¿Hablemos de las filias políticas que existe en el periodismo mexicano?**

**R:** El periodista tiene autonomía, yo estoy consciente que la tiene, veo mucho más neutralidad en el periodismo que en los medios electrónicos, el periodista busca información que busca traducir en sus reportajes. Yo creo que no hay una filia necesaria.

**P: ¿Hablemos si se considera una figura pública el periodista mexicano?**

**R:** Yo creo que sí, no sé que tanto la gente aprecie esa labor, si lo comparas con un policía, al que deberías de respetar, pero no lo hacemos; porque se ha demeritado mucha su función, la imagen de este servidor público, en caso de un periodista pareciera que está ligado al narco, pareciera que es enviado de gobernación o del CISEN, pareciera que cualquier periodista está ligado a una mafia y no debería ser. Yo creo que el periodismo en México, más que otro país de la tierra, vivimos en un sistema de narcotráfico, carteles, mafias o los que dicen la mafia del poder, pareciera que estamos en un país de mafiosos; cualquiera que sepa diría que no tiene nada que ver, el mismo periodismo que le hemos dado de comer durante años es el mismo periodismo mafioso.

**P: ¿En ese sentido tenemos un periodismo de difusión gubernamental?**

**R:** Si por supuesto, en todos los medios, a lo mejor decir en todos los medios es decir demasiado, pero yo creo que muchos medios están realmente imbuidos en boletines de prensa de diferentes dependencias y están informado de lo que el gobierno quiere que se enteren; eso no significa que sea bueno o malo, el problema es que los medios transcriban su información propia, si no, no es periodismo, no estoy en contra de la información oficial, que la reciba quien la reciba, el contenido es el que el gobierno quieren que sea, hoy la gente que se informa piensa, o si no me voy a las redes sociales.

#### **Núcleo temático 4.- Paralelismo político**

**P: ¿Hablemos cual ha sido la relación de la prensa en los últimos 30 años con el Estado?**

**R:** Esa salida de Julio Scherer revelándose ante Luis Echeverría, escoltado por la policía cuando salió del *Excélsior*, hemos visto tanques en varias regiones de México, si ha habido una persecución y en estos tiempos ha habido altibajos, hoy *Reforma* se defiende limitando su publicidad gubernamental, no acepta más de 7% de publicidad oficial diaria, ellos no quieren vivir de esa entrada de dinero del Gobierno Federal; les ha ido muy este sexenio si, han corrido muchos, si, porque esto es un negocio, es una empresa y que sucede, pues aminoras tu planta laboral. No mantienes una grandísima nómina, sea como sea aunque no vendas, porque finalmente es una empresa. El Grupo Reforma nunca ha tenido miedo, siempre ha tenido ese código profesional, en cambio para otros no ha sido lo mismo, puedo estar o no de acuerdo con su línea editorial pero así se maneja.

**P: ¿Hablemos de la influencia externa que pueda haber en la prensa en México?**

**R:** Yo creo que es forzoso que haya una alianza, llevo muchos años en esto y no creo que *el Universal* no ponga una publicidad si se las van a pagar, no creo que *Reforma* se oponga al banco HSBC, pagar una página, mientras no se meta con su línea editorial, hay una gran pauta en eso; probablemente hay sindicatos que ejerzan presión a diarios más pequeños o periódicos más grandes, pero porque hay una conveniencia económica, no veo una presión que ejerza los sindicatos de los maestros sobre algún medio salvo que haya una aportación económica.



**P: ¿Hablemos de la imagen de periodista como figura política, hay en México un periodismo politizado?**

**R:** Si por supuesto, pero eso sucede en otros países, Fox News está totalmente alineado a Donald Trump, no tienen miedo de decirlo, está a favor de los Republicanos en México eso se nos hace como un pecado, yo creo que es justo que tu apoyes a Anaya, Andrés o al PRI o al PAN, PRI O PRD; los medios no es el limbo donde nadie puede tener preferencias, a nivel mundial existe, *Le Monde* está un grupo o no, lo mismo el *Financial Times* está o no con el Brexit. Solamente este país nos queremos ver impolutos y no estar alineados con nadie, hay que privilegiarlo, hay que decirlo; no podemos decir que *Reforma* está con el Bronco, *Reforma* está con el Bronco y punto.

**P: ¿Considera que hay una pluralidad informativa en los medios impresos en México?**

**R:** Yo creo que está concentrada, porque los grupos mediáticos tienen intereses muy claros, están con alguien o en contra de alguien, veladamente, creen que nos lo disfrazan y nadie se da cuenta; es muy difícil que tú encuentres a este profesor, director de la universidad que quiso ser presidente, le den un espacio en los medios, no lo va lograr nunca en su vida, si Margarita lo sufre y Ríos Peter lo sufre imagínate.

#### **Núcleo Temático 5.- Institucionalidad política**

**P: ¿Hablemos del periodismo en México como una empresa que produce información pública, en ese sentido; tiene responsabilidad al ser voceros de las leyes o modelos económicos implantados por el gobierno mexicano?**

**R:** No. Yo creo que los medios no pueden influir en que se dé o no sé de una ley, el tema del cabildeo esta fuera del periodismo, pero hay un periodismo de conveniencia; claro que tienen una responsabilidad principalmente en temas legislativos, hemos visto cambiar de idea al Senado por la fuerza de los medios y la opinión pública, eso está dirigido por estrategias que conoce la manera de influir en la opinión pública

**P: ¿Hablemos si el periodismo en México posee características del liberalismo americano?**

**R:** Quedan pocos paladines, hay pocos Quijotes luchando, mucho del periodismo lo resumimos en columnistas, pero al periodismo de la calle no le tenemos mucho respeto;

habría que darle más respeto, somos un país de columnistas, cosa que me llama mucho la atención. Tú ves los periódicos como el *Washington Post*, el *New York Times*, hay muchas notas de periodistas haciendo investigaciones, contra columnistas de gran prestigio y se nutren de todo lo que hacen ahí. **P: ¿Hay una separación entre el reportero y el columnista?** **R:** Yo creo que si hay una separación, ambos son periodistas, pero creo que en México no se le da el suficiente soporte y apoyo a los reporteros.

**P: ¿Considera que el periodismo impreso, es el guardián moral de los medios de comunicación?**

**R:** Debería de serlo, creo que el periodista se ha dejado llevar, por ese periodismo de de guerra de guerrilla, de protesta que tenemos y deja de lado lo poco que está haciendo la UNAM sobre los textos, la investigación aeroespacial, son puras críticas y críticas; el México que se refleja en los periódicos no es el México que vivimos los mexicanos, ahora estamos en un café y todo está tranquilo no como en Siria, no todos formamos parte de un cartel, hay más noticias, es más noticia hoy que diez mexicanos son arrestados por un robo a una joyería que otras cosas más importantes que tenemos.

**P: ¿Hablemos sobre la crisis del periodismo, no solo en lo económico sino en lo social y cultural?**

**R:** El periodismo se está transformando al mundo digital, seguirá informando, no hay *millenian* que lea un periódico y ellos hoy tiene 22, 23 años, todavía nos siguen vendiendo periódicos a los que estamos arriba de esa edad, ellos ni siquiera conocen eso y no lo van a usar en su vida y de ahí para abajo menos; cuesta trabajo, dirigirlo y comerlo pero es un hecho, el periodismo seguro se seguirá transformando, de hecho se está transformado, si hay un reloj, de hecho desde el 2012 para acá, han muerto N periódicos impresos, lo mismo pasa con *La Jornada*, *Reforma*, creo que *Reforma* debe de estar al 30% de suscriptores, no tengo la información de ellos, pero no les importa, porque hay diez veces más de gente conectados. El periodismo no está perdiendo audiencia, está perdiendo periódico impreso, el periodismo no ha perdido audiencia, al contrario la ha ganado, leen más noticias que antes, hoy todos los niños de 22 para arriba ven noticias o menos de deportes de sociales; el periodismo va hacia una transformación digital y lo tiene que entender, si el periodismo no abandera causas

positivas, vamos acabar solo vendiendo deportes y sociales, es interesante lo que no hay afuera de información, estamos viendo solo periodistas que los matan los narcos. No hay noticias más que las mismas, no hay diversidad de temas.

**P: ¿Cómo se percibe la publicidad dentro del periodismo, determina el ejercicio periodístico objetivo?**

**R:** Hay publicitas muy inteligentes, la publicidad es lo que da de comer, es lo que mantiene al medio, no tiene porque no ser un plubi-reportaje, en Europa lo hacen, que si yo voy a hablar de coches, puedo hacer contenidos editoriales de alto valor periodístico que hablen sobre viajar en coche, no tengo que decir de viajar en un Ford, solo de las bondades de viajar en coche y cuando vean los anuncios compraran un coche, porque se confió de mi texto; si yo voy hablar del sistema de salud, de seguros o de más o de las inversiones en otros ámbitos, no se trata de que la publicidad los mate, yo sigo peleando con ese término todo el tiempo, de esto se vive, no somos mojes budistas, el negocio tiene que existir démosle de comer al negocio y dejar trabajar al profesional.

**P: ¿Hablemos de la concentración y empoderamiento de las empresas mediáticas en México?**

**R:** Son grupos empresariales muy poderosos, llevan años acumulando poder, la familia es dueña de esto, la otra familia es dueña de esto otro, son muy conocidos, se han mantenido; hay pocos ejercicios e nuevos grupos de medios, el mismo Grupo Reforma no se compara con los grandes consorcios, es muy difícil poner un medio, un periódico, está muy difícil la inversión publicitaria, la televisión sigue pensando mucho, porque hay muchos intereses económicos alrededor de ella. El internet cada día se usa más, pero se lo lleva *Facebook*, se lo lleva Google, si intentas poner portal de noticias no te dejan poner un banner ni por equivocación, porque ahora la publicidad se está concentrando en mostradores en las redes sociales poderosas, por mucho que hagas tú es complicado.

## **Núcleo temático 6.- Instrumental político**

**P: ¿Hablemos como ha sido la relación de la prensa en las tres últimas décadas?**

**R.** Creo que ya lo dije, creo que se ha concentrado en temas muy vendedores, la violencia, los partidos políticos, no hemos visto surgir un nuevo medio, como *El*

*Financiero, El Economista* que esté interesado en la cultura en temas deportivos, estamos metidos en los mismos temas todo el tiempo desde hace muchos años, y porque son funcionales, si está un partido oposición, hay que “pegarle” todo el día para que no le vaya también se vaya y si está el partido que regresa al gobierno, hay un alto control de la información. La evolución ha sido muy pobre, no veo grandes grupos emergentes como en otros lados. **P: ¿El TLC no beneficia a la prensa mexicana? R:** No y menos en la prensa, bueno si en estos dos grupos editoriales que pudieron conseguir con menos impuestos el papel y no les cortaban el cuello como durante López Portillo y Luis Echeverría, ahora pueden comprar papel donde les diera la gana; ahora la prensa se enfrenta que Canadá cerró toda su industria papelería, ahora compran en Chile o en China. La verdad, vamos por la coyuntura económica y política, tengo más de 22 años, que escuchamos la crisis del papel desde el 2002 y ahora vamos en el 2018, pero vamos muy lento, antes no había un vendedor que no estuviera en cada esquina de Reforma, ahora vas a las once o no ves ninguno.

**P: ¿Considera que el periodismo en México para contratar a su personal, aplica elementos del modelo neoliberal?**

**R:** Ves como las diferentes corresponsalías, EFE, etc; reducir sus redacciones a corresponsales locales y a buscar corresponsales foráneos, antes era un rollo mandar información ahora por *WhatsApp* te mandan el título, ahora te envían todo tipo de información, hasta fotos, eso ha simplificado y son utilizadas por todos los medios. Claro que ha beneficiado la globalización en ese sentido, les interesa más ahora a un periódico del interior de la República tener un corresponsal que uno local, ese es uno de los mayores problemas.

**P: ¿Algo más que quisiera añadir?**

**R:** El periodismo nos debería de dejar más aliento para vivir que temor, en eso el periodismo nos ha fallado un poco, nos informa, claro todos los días de todos los males que pasan, pero soslaya de todo lo que nos puede dar motivación para salir de la cama antes de trabajar. Yo, como muchos lectores hemos dejado de ver noticias antes de salir de casa, porque no queremos salir deprimidos y eso no es culpa de uno, es culpa de periodismo, no hay ese aliento para vivir en calidad y si hay un serie de razones para vivir con miedo.

### 9.3.- Índice de tablas, gráficas, figuras y entrevistas.

Figura 1.- Esquema de la investigación-----	31
Tabla 1.- Comparativo epistemológico-----	35
Gráfico 1.- Distribución del gasto federal en publicidad por tipo de medio. (Millones de pesos) -----	47
Tabla 2.- Distribución del gasto federal en publicidad oficial por tipo de medio y proveedor. (Millones de pesos mexicanos) -----	48
Tabla 3.- Primeros 15 diarios según su circulación en México en el 2018.-----	55
Tabla 4.- Estructura económica del sistema mediático en México, primera década del siglo XXI-----	57
Tabla 5.- Desarrollo económico de los principales periódicos nacionales en México a principios del siglo XXI-----	60
Tabla 6.- Cuota de mercado de los periódicos de acuerdo a su circulación-----	65
Tabla 7.- Los 11 periódicos más importantes de la República Mexicana (circulación) -----	67
Tabla 8.-Periódicos de mayor circulación diaria en México (precio por inserción publicitaria en sección A) -----	67
Gráfico 2.- Participación ciudadana en elecciones federales-----	85
Tabla 9.- Descripción de los principales grupos de comunicación en Latinoamérica-----	102
Figura 2.- Índice general de difusión de diarios en la comunidad europea-----	142
Gráfica 1.- Edad de los entrevistado -----	185
Gráfica 2.- Nivel de estudios de los entrevistados-----	186
Gráfica 3.- Años de trabajo periodístico de los entrevistados-----	186
Gráfica 4.- Perfil educativo de los entrevistados.-----	187
Gráfica 5.- Origen profesional de los entrevistados.-----	188
Gráfica 6.- Percepción del costo económico para crear un medio impreso.-----	190

Gráfica 7.- Percepción del crecimiento en cuanto a ventas y difusión de la prensa durante: 1994-2018.-----	191
Gráfica 8.- Periodo con mayores beneficios económicos para ambos diarios.-----	192
Gráfica 9.- ¿Se puede desarrollar profesionalmente un periódico sin seguir ideologías o modelos económicos en México?-----	192
Gráfica 10.- ¿El desarrollo económico de un diario determina su influencia política y social?-----	193
Gráfica 11.- Percepción de los efectos de la globalización en la prensa en México. -	194
Gráfica 12.- ¿Cuál es el sector o mercado de la sociedad donde se obtienen mayores beneficios en cuanto a ventas?-----	195
Gráfica 13.- ¿Se puede desarrollar un diario sin el proteccionismo gubernamental?--	195
Gráfica 14.- ¿La definición ideológica de un diario supone un crecimiento en sus ventas? -----	196
Gráfica 15.- Percepción del marco legal que existe en México en cuanto al periodismo.- -----	197
Gráfica 16.-Percepción sobre la protección legal para el periodista en México.----	198
Gráfica 17.- Percepción sobre la libertad de Expresión que tiene México con respecto a los países democráticos occidentales. -----	199
Gráfica 18.- Manejo de la libertad de expresión por la prensa en las últimas tres décadas.-----	200
Gráfica 19.- ¿El modelo económico imperante determina las directrices legales en la prensa escrita? -----	201
Gráfica 20.- Percepción sobre la ética profesional del periodismo en México.-----	203
Gráfica 21.- Percepción de los periodistas en México en comparación con otras profesiones. -----	204
Gráfica 22.- Proporcionalidad entre el nivel educativo y la ética profesional de los periodistas. -----	205
Gráfica 23.- ¿Debería de existir una regulación sobre la ética profesional del periodista en México? -----	206
Gráfica 24.- Percepción sobre el nivel de autonomía que existe en el periodismo en México.-----	207

Gráfica 25.- ¿La ética profesional del periodismo en México posee características liberales? -----	207
Gráfica 26. ¿El ejercicio periodístico es una actividad de impacto social?-----	208
Gráfica 27.- ¿Cuál es la percepción de la prensa con el Sistema Político Mexicano?-	209
Gráfica 28.- ¿Existe en México un periodismo politizado?-----	210
Gráfica 29.- ¿Existe una pluralidad informativa en el periodismo en México? -----	211
Gráfica30.- ¿El periodismo en México tiene filias partidistas y al mismo tiempo objetividad profesional? -----	211
Gráfica 31.- ¿Es la prensa una representación política de la sociedad? -----	213
Gráfica 32.- ¿La prensa puede ser una empresa con fines económicos instrumentales y al mismo tiempo brindar un servicio público a la sociedad?-----	213
Gráfica 33.- ¿El periodismo en México tiene características del periodismo liberal estadounidense? -----	214
Gráfica 34.- ¿Se considera al periodismo el “guardián” de la moral en los medios de comunicación en México? -----	215
Gráfica 35.- ¿Los ingresos por publicidad determina la profesionalidad de un diario? ----	215
Gráfica 36.- ¿Cuál es la percepción del empoderamiento mediático en México? ---	216
Gráfica 37.- ¿Cuál ha sido el papel del Estado frente a la prensa en las últimas tres décadas?-----	217
Gráfica 38.- ¿Cuál es la percepción de la prensa sobre el modelo económico neoliberal en México? -----	218
Gráfica 39.- ¿Tiene responsabilidad la prensa como medio de interés público por las consecuencias del modelo económico implantado en México? -----	219
Figura 3.- Diarios más leídos en México -----	329
Tabla 10.- Diarios más leídos en México -----	329
Tabla 11.- Nivel socioeconómico del lector-----	331
Figura 4.- Perfil del lector. -----	332

Tabla 12.- Rasgos que los identifican con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008) en términos generales.-----	343
Tabla 13.- Rasgos que los identifican con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008) en términos generales.-----	344
Tabla 14.- Relación directa de ambos diarios con los modelos planteados por Hallin y Mancini (2008). -----	344
Entrevista 1.-----	365
Entrevista 2.-----	379
Entrevista 3.-----	384
Entrevista 4.-----	394
Entrevista 5.-----	405
Entrevista 6.-----	416
Entrevista 7.-----	432
Entrevista 8.-----	446
Entrevista 9.-----	459
Entrevista 10.-----	473
Entrevista 11.-----	493
Entrevista 12.-----	511



